# 25 قصة نجاح

الباقة الأولى

تأليف: رءوف شبايك



## من البدايات الصعبة، والعثرات القوية، إلى النهايات الناجحة

إصدارة مارس 2009

## إهداء الكتاب:

# إلى ريحانة الدار
# وسندسها
# وعبيرها



رقم الإيداع: 21452/2007

# الفهرس

# المقدمة



هل النجاح ضربة حظ؟ شيء نادر يحدث مرة ولا يتكـرر؟ هل الناجحون ولدوا ليكونوا كذلك، لحكمة إلهية لا سبيل لفهمها؟ هل الفاشلون في الحياة مقدر لهم الفشل، وبالتـالي فلا توجد قوة تحت سماء هذه الأرض تستطيع أن تغير من قدرهم وحالهم هذا؟

تأتي على كل واحد منا فترات يشعر فيهـا بأشـد درجـات الإحباط، يرثى فيها لنفسه، ويتشح له فيها كل شيء بالسواد، ويـصور لـه تفكيـره أنـه لا سـبيل للوقوف بعد هذه العثرة، وأن ما حدث هو نهاية الطريق وخاتمة الأحداث، فلا عودة ولا نهوض بعد هكذا وقوع، فهل الأمر كذلك؟

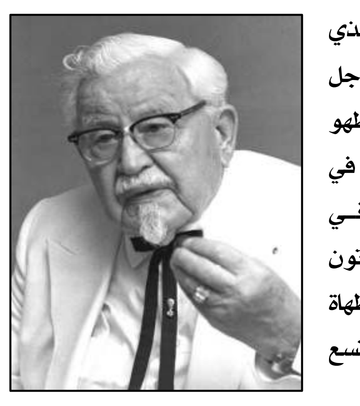
هذا الكتاب كله محاولة لإقناعك بأن تجيب أنت بالنفي على كل هذه التساؤلات، من خلال قصص نجاح، جمعتها لك عزيزي القارئ من واقع الحياة التي نعيشها، لأناس تحلـوا بالتفـاؤل وتحملـوا الصعاب، حتى أدركوا النجاح. النجاح تفاؤل لا يفل فيه تشاؤم، نتاج مجهودات لا تفتر، وعزيمة لا تكل ولا تمل، وإيمان لا يهتز ولو حطت أكبر المصائب فوق رأسك. النجاح ثقة تامة بالله تعالى، وبأنه كلما كبرت المصائب، كلما عظمت منح السماء، للصابرين والمثابرين.

المؤلف: رءوف شبايك
blog.shabayek.com

# 1- النجاح قد يأتي بعد سن الخامسة والستين

كان ميلاده في التاسع من شهر سبتمبر عام 1890 م في بلدة هنريفيل التابعة لولاية إنديانا الأمريكية، وفارق والده - عامل مناجم الفحم - الحياة وعمره ست سنوات، ومع اضطرار والدته حينئذ للخروج للعمل لتعول الأسرة، كان على أكبر إخوته: ساندرز، أن يهتم بشأن أخيه ذي الثلاث سنوات وأخته الرضيعة، وكان عليه أيضاً أن يطهو طعام الأسرة، مهتدياً بنصائح ووصفات أمه. في سن السابعة كان ساندرز قد أتقن طهي عدة أنواع من الأطباق الشهية، من ضمنها الدجاج المقلي في الزيت.

لم يقف الأمر عند هذا الحد، إذ أضطر ساندرز كذلك للعمل في صباه في عدة وظائف، أولها في مزرعة مقابل دولارين شهرياً، ثم بعدها بسنتين تزوجت أمه، ما مكنه من أن يرحل للعمل في مزرعة خارج بلدته، و بعدما أتم عامه السادس عشر خدم لمدة ستة شهور في الجيش الأمريكي في كوبا، ثم تنقل ما بين وظائف عدة، من ملقم فحم على متن قطار بخاري، لقائد عبارة نهرية، لبائع بوالص تأمين، ثم درس القانون بالمراسلة ومارس المحاماة لبعض الوقت، وباع إطارات السيارات، وتولى إدارة محطات الوقود.



إنه هارلند دافيد ساندرز، الرجل العجوز المشهور، ذو الشيب الأبيض الذي ترمز صورته لأشهر محلات الدجاج المقلي. لقد كانت رحلة هذا الرجل في الحياة مليئة بالصعاب والشوك. في عامه الأربعين، كان ساندرز يطهو قطع الدجاج، ثم يبيعها للمارين على محطة الوقود التي كان يديرها في مدينة كوربين بولاية كنتاكي الأمريكية، وكان زبائنه يجلسون في غرفة نومه لتناول الطعام. شيئاً فشيئاً بدأت شهرته تزيد، وبدأ الناس يأتون إلى المحطة فقط لتناول دجاجه، ما مكنه من الانتقال للعمل كبير الطهاة في فندق يقع على الجهة الأخرى من محطة الوقود، ملحق به مطعم اتسع لقرابة 142 شخص.

على مر تسع سنين تالية، تمكن ساندرز من إتقان فن طهي الدجاج المقلي، وتمكن كذلك من إعداد وصفته السرية التي تعتمد على خلط 11 نوعاً من التوابل، الكفيلة بإعطاء الدجاج الطعم الذي تجده في مطاعم كنتاكي اليوم.

كانت الأمور تسير على ما يرام، حتى أن محافظ كنتاكي أنعم على ساندرز (وعمره 45 سنة) بلقب كولونيل تقديراً له على إجادته للطهي، لولا عيب واحد - اضطرار الزبائن للانتظار قرابة 30 دقيقة حتى يحصلوا على وجبتهم التي طلبوها. كان المنافسون (المطاعم الجنوبية) يتغلبون على هذا العيب بطهي الدجاج في السمن المركز ما ساعد على نضوج الدجاج بسرعة، على أن الطعم كان شديد الاختلاف.

احتاج الأمر من ساندرز أن يتعلم ويختبر ويتقن فن التعامل مع أواني الطهي باستخدام ضغط الهـواء، لكـي يحافظ دجاجه على مذاقه الخاص، ولكي ينتهي من طهي الطعام بشكل سريع، كما أنه أدخل تعديلاته الخاص على طريقة عمل أواني الطبخ بضغط الهواء في مطبخه!

ما أن توصل ساندرز لحل معضلة الانتظار وبدأ يخدم زبائنه بسرعة، حتى تم تحويل الطريق العام، فلم يعد يمر على البلدة التي بها مطعم ساندرز، فانصرف عنه الزبائن. بعدما بار كل شيء، اضطر ساندرز لبيع كل ما يملكه بالمزاد، وبعد سداد جميع الفواتير، اضطر ساندرز كذلك للتقاعد ليعيش ويتقوت من أموال التأمين الحكومية، أو ما يعادل 105 دولارات شهرياً. لقد كان عمره 65 عاماً وقتها!

بعدما وصل أول شيك من أموال التأمين الاجتماعي (الذي يعادل المعاشات في بلادنا) إلى الرجـل العجـوز، جلس ليفكر ويتدبر، ثم قرر أنه ليس مستعداً بعد للجلوس على كرسي هزاز في انتظار معاش الحكومـة، ولذا أقنع بعض المستثمرين باستثمار أموالهم في الدجاج المقلي الشهي، وهكذا كانت النشأة الرسمية لنشاط دجاج كنتاكي المقلي أو كنتاكي فرايد تشيكن، في عام 1952.

قرر ساندرز أن يطهو الدجاج، ثم يرتحل بسيارته عبر الولايات من مطعم لآخر، عارضاً دجاجه على مـلاك المطاعم والعاملين فيها، وإذا جاء رد فعل هؤلاء إيجابياً كان يتم الاتفاق بينهم على حصول ساندرز على مقابل مادي لكل دجاجة يبيعها المطعم من دجاجات الكولونيل. بعد مرور 12 سنة، كان هناك أكثر من 600 مطعم في الولايات المتحدة وكندا يبيعون دجاج كولونيل ساندرز.

عندما يبدو أن كل شيء يعاندك ويعمل ضدك،
تذكر أن الطائرة تقلع عكس اتجاه الريح، لا معه
هنري فورد

في هذه السنة (عام 1964)، وبعدما بلغ ساندرز سن 77، قرر أن يبيع كـل شـيء بمبلـغ 2 مليـون دولار لمجموعة من المستثمرين (من ضمنهم رجل انتخب بعدها كمحافظ ولاية كنتاكي من عام 1980 وحتى 1984)، مع بقائه المتحدث الرسمي باسم الشركة (مقابل أجر) وظهوره بزيه الأبيض المعهود ولمدة عقد من الزمان في دعايات الشركة. عكف العجوز في خلال هذا الوقت على الانتهاء من كتابه Life As I Have Known It Has Been Finger Lickin' Good (أو: الحياة التي عرفتها كانت شهية بدرجة تدفعك للعق الأصابع – كناية عن الجملة الدعائية التي اشتهرت بها دعايات الشركة) والذي نشره في عام 1974.

تحت قيادة المستثمرين الجدد، نمت الشركة بسرعة، وتحولت في عام 1966 إلى شركة مساهمة مدرجة في البورصة، وفي عام 1971 بيعت مرة أخرى بمبلغ 285 مليون دولار، حتى اشترتها شركة بيبسي في عام 1986 بمبلغ 840 مليون دولار. في عام 1991 تحول الاسم الرسمي للشركة من دجاج كنتاكي المقلي إلى الأحرف الأولى كي اف سي، للابتعاد عن قصر النشاط على الدجاج المقلي، لإتاحة الفرصة لبيع المزيد من أنواع الطعام. اليوم يعمل أكثر من 33 ألف موظف في جميع فروع كنتاكي، المنتشرة في أكثر من 100 دولة.

قبل أن يقضي مرض اللوكيميا (سرطان الدم) على الكولونيل وسنه 90 عاماً، كان العجوز قد قطع أكثر من 250 ألف ميل ليزور جميع فروع محلات كنتاكي. حتى يومنا هذا، تبقى وصفة كولونيل ساندرز أحد أشهر الأسرار التجارية المحافَظ عليها.

**الدروس المستفادة:**

- من طفولة بائسة جاء إتقان الطهي، ومن عمل في محطة للوقود بدأت الشهرة، ومن عمل في المطبخ جاءت الوصفة السرية. لكل حدث جلل في حياة كل منا حكمة بالغة، احرص على أن تقف عليها وتستفيد منها.
- كلما اشتدت واستعصت على الحل المشاكل، فاعلم أن الفرج قريب، وكلما صبرت وجاهدت- سيكون كبيراً.
- كان ساندرز شديد الثقة في منتجه (طعم دجاجه) ما مهد له طريق النجاح.
- لم ييأس ساندرز أبداً، ولو يأس لما استطاع أحد أن يلومه.
- بقي ساندرز مطلعاً على الحديث في صناعته: فن الطبخ.
- لا يأس مع الحياة، ولا حياة مع اليأس، وما لم يقتلك سيجعلك أكثر صلابة.

## 2- النجاح لا يتوقف عند حد

في شهر أكتوبر من عام 1987، جلس لوني بيسون في شقته، عاطلا عن العمل، مفلسا، جائعا، متأخرا ثلاثة أشهر عن دفع إيجار بيته، على شفا الطرد للعيش في الأزقة والحواري... فوق كل هذا، كان لوني يعاني من مرض أعاقه عن التركيز لفترة طويلة، فهو كان غير قادر ذهنيا على لعب الشطرنج، أو قراءة كتاب كبير، أو احتمال اجتماع أعمال مدته ثلاث ساعات!

ثم واتته تلك الفكرة: أن يبدأ عمله الخاص، في مجال الهواتف التي أحبها منذ صغره، فإن فعلها، فهو قادر على أن يسحب البساط من تحت أقدام شركات الهواتف الكبرى. كان لوني يعيش في مدينة سياتل، المجاورة لمدينة تاكوما، ورغم تجاور المدينتين، لكنهما وقعتا في تصنيفين مختلفين لفئة تكلفة الاتصال بين البلدتين، ولذا إن أردت إجراء مكالمة مع قريب يسكن هناك، فكان عليك أن تختصر، أو تذهب لتزوره، أو تدفع فاتورة تليفون سمينة.

لمعت الفرصة في عين لوني، فلو وفر للمتصلين حلا يجعلهم يجرون المكالمات بتكلفة أقل، لدر ذلك عليه دخلا رائجا. لكن كيف لعاطل مفلس مثله أن يحقق فكرة مثل هذه؟ تصادف أن كان لبطلنا لوني جار قدم على سياتل مؤخرا، وهو لمس في لوني عقلا تجاريا ومشروعا رابحا، لذا لم يتردد في إقراضه رأس المال اللازم لتحقيق ما دار في عقل لوني من أفكار –كان هذا المبلغ 350 دولار أمريكي، استعمله لوني في تأسيس شركة فونلينك –أو وصلة الهاتف!

كانت فكرة لوني بسيطة لكن ذكية، فهو اختار بقعة قريبة المسافة من المدينتين، وأقام بنفسه جسرا إلكترونيا ما بين شبكتي الهواتف داخل كل مدينة، وباستخدام حاسوب بسيط، برمجه لوني ليكون حلقة الوصل بين الشبكتين، بدأ لوني تقديم خدماته، موفراً فرصة الاتصال بين المدينتين، بسعر رخيص وثابت بغض النظر عن طول مدة المكالمة، كان هذا السعر يعادل تكلفة الدقيقة الواحدة بالنظام العادي! بالطبع، كان على المتصلين دفع اشتراك سنوي 20 دولار للاستفادة من هذه الخدمة.

أراد لوني الدعاية لخدماته الجديدة، ولذا حين عرض عليه أحدهم إرسال دعاية إلى صناديق بريد 10 آلاف شخص مقابل 300 دولار، وافق لكنه دفع له نصف الثمن على هيئة مكالمات مجانية، والنصف الآخر على صورة شيك بنكي، لم يصرفه الرجل إلا بعد يومين –لحسن حظ لوني! بعد توزيع الدعايات، بدأ لوني في تلقي 10-15 اتصالا في اليوم، واستمر هذا الرقم في التصاعد دون توقف.

قاوم لوني كل أسباب إنفاق المال، فهو برمج بنفسه تطبيقا لمحاسبة المتصلين، جعله يعمل على ذات الحاسوب في ساعات الليل المتأخرة، التي عادة ما شهدت أقل معدلات اتصال، وبدلا من استخدام طابعة غالية الثمن لطباعة الفواتير، استخدم ست طابعات رخيصة التكلفة أدت له ذات الوظيفة.

كان مبدأ لوني بسيطا للغاية، يوجزه بالقول: رفضت إنفاق أية مبالغ تفوق المال الذي أكسبه! وهو استمر على هذا النهج، ولهذا فشركته ليس عليها أية ديون بسبب الاقتراض. في أول شهر، كان إجمالي قيمة الفواتير 70 دولار، والثاني 3 آلاف دولار، وبعدها اضطر لوني لتأجير غرفة أكبر، ولتوظيف اثنين من الموظفين ليقابل زيادة حجم الأعمال.

بدأت القصص الإنسانية المؤثرة تنتشر بين الناس، مثل تلك السيدة العجوز التي كانت تنفق 170 دولار شهريا لتبقى على اتصال مع ابنتها التي سكنت البلدة المجاورة، هذا المبلغ هوى إلى 5 دولارات في الشهر بسبب الخدمة الجديدة التي اخترعها لوني! بعد مرور عام على بدء النشاط، كانت شركة لوني تحقق عوائد قدرها 100 ألف دولار أمريكي في الشهر! في عام واحد تحول لوني من فقير بائس إلى غني يجمع أموالا لا يعرف ماذا يفعل بها!

بعد مرور عامين، كان لدى لوني 25 ألف عميل سعيد راض، لكن أرباح لوني كانت تعني خسائر فادحة لشركات الاتصالات (قدرها لوني بمقدار 3 إلى 4 مليون دولار شهريا)، ولذا كا طبيعيا أن يزوره ممثلو هيئة تنظيم الاتصالات، والتي طلبت منه التحول إلى شركة اتصالات رسمية، إذا هو أراد الاستمرار في نشاطه. كان الظن بغيره أن يخاف ويفر بغنيمته ويختفي، لكن لوني لم يناقش الأمر، فقد انطلق ليحقق الشروط الحكومية ليصبح شركة اتصالات رسمية، لكن الحق أنه كان سيفعلها من نفسه، ذلك أن لوني رأى فرصا كثيرة ليكرر فكرته مرات ومرات...

لقد كان لوني من أولئك الناس القادرين على اكتشاف الفرص الصغيرة، التي ستتحول إلى كبيرة بمرور الوقت. لقد أبصر لوني أن المستقبل لشركات الاتصالات، لأن جميع الناس ستستخدم هذه الخدمة، ولهذا قرر لوني تغيير اسم شركته إلى فوكس للاتصالات، فهو أراد اسما يعكس الفكر الجديد لشركته، ألا وهو تقديم شتى أصناف الاتصالات.

في عام 1996، دلف لوني بشركته إلى عالم خدمات الهواتف النقالة، وبدأ لوني يشعر بصعوبة الدعاية لخدمات الاتصالات النقالة، التي كانت حكرا وقتها على رجال الأعمال، لتكلفتها المرتفعة وقتها...

أراد لوني الدعاية لخدماته الجديدة: الاتصالات الجوالة/النقالة/المحمولة، وهو لم يكن من النوع الذي يلقي نقوده يمنة ويسرة، لذا فكر في طريقة جديدة - مبتكرة، للتسويق والدعاية لخدمات شركته –وتمثلت هذه في صورة أسطول من 60 سيارة نقل مغلقة، تحمل دعايات شركته وخدماتها، لتسير في شوارع المدينة وتقف في طرقاتها، بما يدفع الناس لقراءة الدعايات التي ترتديها.
في آخر لحظة قبل خروج السيارات إلى الشوارع، واتت لوني فكرة عظيمة،–أن تحمل كل سيارة من السيارات رقم اتصال مجاني. لم يكن في الأمر أي تكلفة إضافية، فالشركة شركة اتصالات في الأصل، وأرقام

الهواتف منتجاتها، فلا تكلفة إضافية فعلية على الشركة. بذلك، يستطيع لوني في أي لحظة أن يتصفح تقارير الكمبيوتر، ليرى أي أكثر رقم اتصل عليه الناس لمعرفة المزيد من التفاصيل عن خدمات الشركة.

بهذا، استطاع لوني مراقبة أداء كل سيارة، وكلما حققت سيارة اتصالات كثيرة في بقعة ما، أرسل إليها لوني بقية السيارات التي لم يتصل على رقمها أحد. السيارة التي لا تحقق أي اتصالات، عليها أن تتحرك إلى بقعة جديدة. السيارة التي تحقق اتصالات تقف مكانها ولا تتحرك. لقد ابتكر لوني نظام مراقبة لنفقات الدعاية والإعلان، نظام أمثل للرد على المقولة الشهيرة: **أعلم أن نصف نفقات الدعاية والإعلان تذهب هباء، لكني لا أعرف أي نصف منها!**

**يمكننا أن نفعل أي شيء نريده – لكن لا يمكننا أن نفعل كل شيء نريده!**

عندما اختمرت نتائج هذا النظام، هبطت فكرة سماوية أخرى على لوني: هذا النظام لا يجب أن يقف عند حدود شركته، إن هذا النظام من القوة والدقة بحيث يمكن تطبيقه بصور كثيرة وأشكال شتى، في مجالات متعددة، مع شركات أخرى.

هذه المعرفة الداخلية أدت إلى ولادة شركة من المتصل Who's Calling والتي نمت من شركة تحقق أقل من مليون دولار عوائد في عامها الأول، إلى شركة تحقق 60 مليون دولار من العوائد بعد خمس سنوات من بداية عملها! اليوم لا تراقب الشركة الجديدة الاتصالات الواردة وحسب، بل ترشد العملاء إلى طريقة تحويل مكالمة الاستفسار إلى عملية بيع ناجحة، مع اقتراح طرق اقتصادية للدعاية والإعلان.

تحلى لوني بالشجاعة في تطبيق الأفكار الجديدة، وهو يعطينا أربع نقاط تساعدنا على تحويل الأفكار إلى شركات ونجاحات...

**امسح سوقك المحلية بشكل سريع**

حدد الشركات التي تقدم أسوأ مستوى من الخدمات إلى عملائها، وحدد تلك التي تكلف زبائنها الغالي من التكاليف، مقابل تقديم أقل مستوى من الخدمة، ثم فكر في طريقة مبتكرة لتقديم ذات الخدمة بتكلفة أقل، ثم حدد أي العملاء أكثر قابلية لنفض يده من هذه الشركات والتحول إلى منافس يقدم له عرضًا مغريًا لا يستطيع رفضه!

**انظر خارج منطقتك الآمنة**

كل شهر، يصر لوني على قراءة عدة كتب ومنشورات دورية عن مجالات وصناعات خارج اختصاصه لا يعلم عنها أي شيء، وهو حصل على أفكار عبقرية من قراءة مقالات لا تمت بصلة إلى طبيعة عمله.

**اكتب قائمة بأسماء الشركات التي يتحدث الكثير من الناس عنها بإعجاب**

هؤلاء إما المنافسين الذين ستنافسهم، أو الشركاء الذين ستشاركهم! طالما أن هذه الشركات لها الكثير من العملاء الذين جلبوا لها الشهرة، فعليك التفكير في طريقة لتهتم عن طريقها بهؤلاء العملاء بشكل أفضل (الفكر التنافسي)، أو فكر في طريقة تقدم لهم بها خدمات تكميلية (فكر المشاركة).

**إياك والبقاء محبطا**

ينال الإحباط والفشل منا جميعا، ولهذا تجد العديد من الناس يحجمون عن بدء شركات وأعمال جديدة. لا تخف من المنافسة والفشل، فلن تفوز ما لم تخوض الغمار، وتكون مستعدا لأن تخسر بين الفينة والأخرى. تعلم من كل كبوة، فبطل قصتنا اليوم دخل في مشاريع فاشلة عديدة، قبل أن يدرك النجاح.

ليس الفشل ألا تبلغ هدفك، الفشل هو ألا يكون لك هدف في الحياة

# 3- نجم الأدمغة الإلكترونية



هذا العنوان مقتبس من مقالة مترجمة نُشرت في شهر ديسمبر 1985 في مجلة المختار العربية عن ذات الشخصية.

**تعتمد نظرية النجاح في دنيا الأعمال على المجيء بفكرة عبقرية لامعة، لم يسبقك إليها أحد من قبلك، ثم تضع خطة عمل محكمة قابلة للتحقيق، ثم تبحث عن الممولين وتضع نسبة تقسيم عادلة للأرباح والخسائر، ثم تتوكل على الله وتجتهد.**

**هذه نظرية أكاديمية بحتة، وهي وإن تحققت في كثير من الأحيان، لكن لكل نظرية شواذها، واليوم نتناول هذا الأمر من خلال قصة الفرنسي فيليب كان المولود في 16 مارس 1952، العبقري السابق لأوانه الذي أبدع فأشهر شركة بورلاند لبرامج الحواسيب، تلك الشركة التي خرج الرعيل الأول من المبرمجين العرب يتعلمون على برامجها في البرمجة بلغتي تيربو باسكال وتيربو سي ودلفي ومنها إلى برامج إدارة قواعد البيانات بارادوكس وغيرها الكثير.**

**حصل فيليب على شهادة الدكتوراة في الرياضيات من الأكاديمية الفرنسية للعلوم، وعمل بالتدريس لفترة قصيرة بعد التخرج، ثم تعلم لغة البرمجة باسكال مباشرة على يد مخترعها في مدينة زيورخ. دخل فيليب معترك العمل في مجال تقنية المعلومات قبل نشأتها، في منتصف السبعينيات من القرن المنصرم، حين عمل كمبرمج في فرنسا على جهاز حمل اسم ميكرال، وهو ما يصطلح المؤرخون على أنه كان من إرهاصات نشأة المايكرو كمبيوتر أو الكمبيوتر الشخصي الصغير.**

**(كان لفظ كمبيوتر وقتها يُطلق على هذا الجهاز العملاق الذي يشغل غرف عديدة ويحتاج لطاقة كهربية تكفي مدينة صغيرة، ولمحطات تبريد خاصة).**

**سافر فيليب إلى الولايات المتحدة الأمريكية في زيارة أراد منها العمل هناك، فكانت أول وظيفة له في معامل شركة هيولت باكرد (اتش بي اليوم) لكن هذه الوظيفة استمرت ثلاثة أيام فقط، بعد أن اكتشفت الشركة أنه قدم للبلاد بفيزا زيارة وبالتالي لا تستطيع تعيينه بدوام كامل، لكن يمكنها الاستعانة به كخبير فني، وهو ما وافق هوى فيليب، فأسس شركة استشارات فنية أسماها ماركت إن تايم، وهي حملت الحروف الثلاثة الأول ام آي تي، لتتشابه مع معهد ماساتوتش التقني الأشهر على مستوى العالم.**

الطريف في الأمر أن مقابلة التوظيف هذه اعتمدت على أن فيليب ضليع في مجال ترتيب المعلومات في صفوف Queuing وهي كذبة استدركها فيليب بقضاء ليال طوال يذاكر فيها بجهد هذه التقنية الجديدة حتى صار خبيراً فيها فعلاً –فيليب الشرير!

**الفشل ببساطة هو فرصة جديدة لكي نبدأ من جديد، هذه المرة بذكاء أكبر**
**هنري فورد**

بالطبع لم ينل اسم شركته رضا المسئولين في المعهد الشهير، الذين أرسلوا رسالة شديدة اللهجة للشركة الناشئة تطلب تغيير الاسم وإلا. تصادف في ذات الوقت أن كان فيليب انتهى من مشروع طلبته منه شركة أيرلندية حملت اسم بورلاند، نشأت في عام 1980 ثم أفلست تاركة ديون عميقة لم تسددها له، فاشتراها فيليب في 1983 مقابل أن ينسى ديونها التي لم تسددها له، وأن يحصل على اسمها التجاري وأصولها وممتلكاتها. بذلك أصبحت شركته تحمل اسم بورلاند رسمياً.

كان فيليب يرى أن الجميع يركز على تطبيقات المحاسبة والكتابة، تاركين مجال البرمجة خالياً، لذا أراد أن يغطيه بلغة البرمجة باسكال على حواسيب آي بي ام الشهيرة، وهو أراد تطبيقاً يحتاج مساحة ذاكرة صغيرة للعمل، ويعتمد على واجهة تطبيق أنيقة، والأهم من كل هذا: سرعة تشغيل كبيرة.

كانت هذه الفكرة صعبة –بل مستحيلة- التطبيق وقتها، لكن فيليب فعلها في نوفمبر 1983 عندما أطلق تيربو باسكال بمجهود أربعة مبرمجين فقط. كعادته، سهر فيليب ليلاً طويلاً ليضع تصميم أول إعلان للغة البرمجة تيربو باسكال، وعمد لخدعة أخرى، حينما دعا مسئول بيع الإعلانات في مجلة تهتم بشئون الحواسيب، وتظاهر بأن لديه عروض إعلانات من مجلات أخرى، فما كان من البائع الذكي إلا أن عرض على فيليب نشر الإعلان أولاً ثم قبض ثمنه لاحقاً. هذه الفكرة أثبتت روعتها ونجاحها فيما بعد.

أراد فيليب كذلك عقد مؤتمر صحفي لبرنامجه الجديد تزامناً مع معرض كومدكس الأمريكي، لكنه كان فقير المال، لذا عمد لفكرة أذكى، أعلن عن مؤتمره الصحفي في مطعم ماكدونالدز للوجبات السريعة، وهو أمر لم تستهجنه الصحافة، وحضره صحفي في مجلة بايت الأمريكية، والذي عاد ليكتب في ثلاثة أعداد متتالية عن لغة البرمجة الساحرة الرائعة...

كما النار في الهشيم، أقبل الناس بجنون على لغة البرمجة الجديدة، والتي كانت تباع بسعر زهيد (49.99) دولار في حين اللغات المماثلة كانت تباع بآلاف ومئات الدولارات، خلال سنتين كانت بورلاند قد باعت 300 ألف نسخة من تيربو باسكال، وتحولت من شركة يعمل بها أربعة أفراد إلى شركة لديها مئة موظف.

**النجـاح في عـالم الأعمـال ليس نتاج الشهادات العليا إنه نتاج التجربـة والـتعلم من الأخطاء وعدم اليأس.**

لم تصفو الدنيا للعبقري طويلاً، فرغم نجاحاته في عالم أعمال البرمجة، ورغم صراعه مع عمالقة البرمجيات مثل لوتس ومايكروسوفت، لكن فيليب تلقى قرار الاستغناء عن خدماته بعد 12 سنة قضاها مديراً، في عام 1994 بقرار من مجلس المساهمين، بعد أن بدأت شركته في البعد عن عزف نغمة الأرباح وبدأت تتكبد الخسائر الجسام، وكان لقرارات فشلت (مثل شراء شركة أشتون تايت وبرنامجها الشهير دي بيز برو مقابل 439 مليون دولار استنزف سيولة الشركة، ولتأخر بورلاند في طرح نسخة من برنامج قاعدة البيانات هذه تعمل على نظام ويندوز، كذلك بناء مبنى للشركة تكلف مئة مليون دولار وغيرها) الفضل في الاستغناء عنه.

**الفشل لا ينال أبداً من معادن الرجال الناجحين**، لذا استمر فيليب في دربه وأسس شركة أخرى سماها ستار فيش StarFish للبرمجيات المتخصصة في التطبيقات اللاسلكية لنقل وتبادل المعلومات. حينما وضعت زوجته ابنتهما صوفي، أراد الزوجان تبادل صور الجميلة الصغيرة مع بقية العائلة عبر الهاتف لا الكمبيوتر، وهذه كانت لحظة ميلاد فكرة خدمة تبادل الصور عبر الهواتف النقالة في هيئة ام ام اس MMS وميلاد شركته الثالثة، إذ كان فيليب يحمل الكاميرا الرقمية في يد، والهاتف النقال في اليد الأخرى، ومثل هذه المواقف لا تمر على عقلية لامعة مثله، فالسؤال المنطقي الطبيعي سيكون لماذا لا ندمج الآلتين معاً؟

في يونيو 1997 كان فيليب قد انتهى من النموذج التجريبي للهاتف النقال ذي الكاميرا الرقمية، ليبيع شركة ستار فيش بعد ثلاث سنوات ونصف من إنشائها بمبلغ 253 مليون دولار لشركة موتورولا في عام 1998. احتفظ فيليب بموقعه كمدير لشركة ستار فيش، وقام بعدها بتأسيس شركتين جديدتين: لايت سيرف وأوبن جريد، ثم أتبعهم بشركته الرابعة والحالية " فولـباور" التي أسسها مع زوجته في عام 2003.

الجدير بالذكر أن تطبيقات التقاط الصور الرقمية تعتمد على خوارزميات لضغط هذه الصور لتشغل حجماً أقل، هذه الخوارزميات كانت محل دراسة فيليب في أطروحته، كما وتعتمد شركة كوداك في كاميراتها الرقمية على برامج صممتها لها شركة فيليب.

لا تظن أن فيليب كان ناجحاً على الدوام، فهو يعترف بارتكابه أخطاء إدارية كثيرة، مثل مشروعه لتصميم مساعد رقمي شخصي يمكن أن ترتديه، ثم تضعه في مقبس توصيل مع حاسوبك النقال لتحديث البيانات ثم تعود لترتديه، وخطأ فيليب –كما يخبرنا بنفسه- أنه باع حق استغلال اختراعه هذا لشركة لم تستطيع تسويقه على الشكل المطلوب، ما أدى لأن تسبقه شركة بالم بمساعدها الرقمي بالم.

لليوم، لازال فيليب من مستخدمي برامج شركته السابقة بورلاند، ولا زال يذكرها بكل خير، ولازال يدعمها. قد لا تكون بورلاند لاقت مصيراً أفضل من شركة نتسكيب، لكنها تبقى ضمن ضحايا مايكروسوفت، على أنها تثابر للخروج من عثرتها.

**الدروس المستفادة:**

- خسرت بورلاند المعركة لصالح مايكروسوفت لأنها حادت عن الإبداع والابتكار، كما لم توفق أوضاعها بشكل سليم مع تزايد حجمها، ولم تتناغم مع توجهات السوق بشكل إيجابي.
- في بدايته، استخدم فيليب سلاحاً تسويقياً جديداً: باع لغة برمجة رائعة بسعر متدن، فتعلمت مايكروسوفت منه الدرس، وردتها له في صورة برنامج قاعدة بيانات بسعر 99 دولار، في حين كان سعر منتج بورلاند المماثل 795 دولار.

# 4- النجاح يبدأ من غرفة النوم

بعد نجاحه في إدارة مطعم بيتزا في مهجع جامعته هارفارد، تخرج توني شيه (Tony Hsieh) فيها متخصصاً في علوم الكمبيوتر في عام 1995، وهو عمل بعدها مع زميله في سكن الجامعة: سانجاى (Sanjay Madan) كمبرمجين في شركة أوراكل. بجانب وظيفتهما الصباحية، كانا يصممان مواقع على شبكة انترنت لشركات ومراكز تسوق كثيرة، وكانت مقابلات العملاء تتم في أوقات استراحة الغداء، والعمل على تصميم المواقع يتم ليلاً. على أنه دائماً ما واجهت الثنائي مشكلة متكررة: شكوى زبائنهم من عدم دخول زوار على تلك المواقع التي صمموها، فضلاً عن أن غالبية هؤلاء لا يملكون الميزانيات الضخمة لينفقوها على الدعاية والإعلان، لذا لم تكن هناك طريقة اقتصادية لجلب زوار للمواقع.

من هنا جاءتهم فكرة عمل موقع مخصص لتبادل الإعلانات بين مواقع إنترنت دون أي مقابل مادي، وتمكنا في البداية من الاتفاق مع عشرين موقعاً لتبدأ فكرة موقع تبادل الإعلانات LinkExchange اللذان بدآه في عام 1996، من على جهاز كمبيوتر يعمل في شقة صغيرة، وانضم إليهما بعد فترة ثالث اسمه علي باتروفي. يذكر توني هذه الفترة قائلاً: كنا نريد توفير الدعاية الإعلانية (بانرات) للجميع، عبر نظام تعاوني متاح للجميع الاشتراك فيه بالمجان.

مثل سريان النار في الهشيم، انتشر الخبر، وسارع الجميع للاشتراك في هذا الموقع الوليد، حتى بلغ عدد المشتركين قرابة مئة ألف موقع، يعرضون أكثر من أربعة ملايين إعلان يومياً، ولذا في عام 1997 كان لزاماً عليهما ترك وظيفتهما النهارية والتفرغ الكامل للفكرة الوليدة. يذكر توني أنه كان قد وضع خطة لمستقبله المهني، تتلخص في قضائه 6 سنوات من العمل الجاد، ثم بعدها يشرع في بدء مشروعه الخاص، لكنه يستطرد قائلاً: العمل لدى أوراكل كان الملل بعينه، ولم نشعر أن عملنا هناك يحقق أي فرق لنا. والدا توني لم يرق لهما أبداً فكرة استقالة ابنهما من عمله، فهما كان يريدانه أن يكمل دراسته ليحصل على شهادة الدكتوراة.

سرعان ما تنبهت الشركات الكبرى لهذا المشروع الناجح، فاستثمرت شركة أمريكية مبلغ ثلاثة ملايين دولار مع الشابين الحالمين، لكن سر نجاح المشروع الجديد كان التركيز على مدير الموقع العادي - الذي في مقابل أن يعرض في موقعه إعلانيين - في نفس الوقت يتم عرض إعلان واحد له في موقع آخر وهكذا، فأما الإعلان الإضافي فيتم بيعه ومن هنا تأتى الأرباح، كما يمكن لكل مشترك أن يحصل على زيادة في نسبة عرض إعلاناته نتيجة اشتراكه في مسابقات كثيرة مثل أحسن موقع و غيرها.

لكن الثنائي لم يقفا عند هذا الحد، بل استمرا يقدمان الخدمات مقابل الإعلانات على الانترنت، واستمرا يستقطبان نبغاء الموظفين لينضموا للمشروع الجديد، واستخدما وسائل غير تقليدية لكي يلفتوا أنظار الناس

إلى مشروعهما الجديد. وأما عن العملاء فالقائمة الطويلة ضمت أسماء شركات ومواقع شهيرة مثل ياهو و يونيفرسال ستوديوز والشبكة التليفزيونية أي بي سي تي في.

تقدم العملاق الأمريكي مايكروسوفت ليبتلع الشركة الجديدة بمبلغ 265 مليون دولار في نوفمبر من عام 1998، جاعلاً الثنائي شابين غنيين جداً، وهما استمرا في طريق الثراء حيث استثمر كل منهما نصيبه من الصفقة في تمويل مشاريع ناجحة أخرى، منها سلسلة مطاعم وموقع بحث على انترنت، والعديد من الشركات الأخر، وأما موقع LinkExchange فقد عجزت مايكروسوفت عن فهم سر نجاحه، وطوته ضمن مشاريع اقتصادية أخرى لها، فشلت كغيرها، فمايكروسوفت برعت في البرمجيات، وفشلت في ترويض روح مواقع إنترنت الحرة.

عمل توني مديراً لشركة Venture Frogs للاستثمارات في المشاريع الناشئة، حيث رعت الشركة أكثر من مشروع ناجح وباعتهم بأرباح كبيرة. التحق توني في عام 2000 بشركة Zappos لبيع الأحذية عبر انترنت، كمدير تنفيذي، ليحولها من شركة ذات مبيعات قدرها 1.6 مليون دولار، إلى 370 مليون في عام 2005.

الفرص لا تضيع في عالم الأعمال إن أنت لم تقتنصها،
بل تذهب لمنافسيك

# 5- راهب دومينوز بيتزا

بعدما توفى والده وهو صغير، لم تتمكن أمه من الإنفاق عليه هو وأخيه، ما اضطرها للتخلي عنه في ملجأ للأيتام، تديره الراهبات البولنديات الكاثوليكيات في ولاية ميتشجان الأمريكية. عمدت الراهبات المتشددات إلى زرع حب الدين في نفسه، وهو انتظم بعدها في الدراسة ليكون راهباً، لكنه طرد من دراسة اللاهوت في النهاية، لفشله في الالتزام بالنظام.

عمل بعدها سائق سيارة نقل لتوفير المال للالتحاق بالجامعة، حيث درس لمدة ربع فصل دراسي، حصد خلاله الدرجات العالية، لكنه اضطر لتركها لفشله في توفير المال الكافي لدفع تكاليف الدراسة، ولذا قرر بعدها الالتحاق بمشاة البحرية الأمريكية في عام 1956 وسُرِّح منها بمرتبة الشرف في عام 1959، مُدخراً نصف ما حصل عليه خلال هذه الفترة، وهو كان يقضي الطويل من الوقت في المحيط على ظهر سفينته الحربية يفكر في مستقبله وكيف يريد أن يكون.

على أن هذا المال الذي ادخره **ذهب سدى في مشروع فشل**، وبعدها التحق توم بوظيفة مشرف على صبيان توزيع الصحف والجرائد اليومية، وبدأ بنفسه خدمة توصيل الجرائد اليومية إلى المنازل في مدينة نيويورك، واشترى محلاً صغيراً لبيع الجرائد والمجلات، والتحق خلال هذه الفترة مرتين بالجامعة، واضطر في المرتين للانسحاب بعد ثلاثة أسابيع لقِصَر ذات اليد.

ذات يوم في عام 1960، أخبر جيمس أخاه **توماس (توم) موناهان** عن محل بيتزا معروض للبيع اسمه دومينيكز، وكان جيمس متحمساً لشراء المحل، لكنه كان قلقاً من أن يفعلها وحده، لذا آثر أن يشرك أخاه معه. معاً، قرر الأخوان دفع 500 دولار واقتراض 900 أخرى لشراء المطعم في مدينة يبتزيلنتي.



حصل توم على درس مكثف في شرح طريقة طبخ البيتزا، استمر ربع الساعة فقط، بعدها رحل المدرس وصاحب المطعم السابق. كان الأخوان بلا أي خبرة، وهما أشترا المطعم دون استشارة محامي، ومارسا بيع البيتزا دون حتى خصم الضرائب كما كانت تقتضي القوانين المنظمة وقتها! كانت الخطة أن يعمل توم نصف الليل، ويكمل أخوه النصف الآخر، وهو ما رفضه جيمس، الذي كان يريد الحفاظ على وظيفته النهارية كرجل بريد.

بعد مرور ثمانية شهور على البداية، قرر جيمس الانسحاب من هذا المشروع، فما كان من توم سوى أن قايضه بسيارة فولكس فاجن من طراز الخنفسة بيتلز كانا يستخدمانها لتوصيل الطلبات. كانت السنة

الأولى مضنية للغاية، ولم يتمكن توم من تحقيق ربح يُذكر، وهو تأخر في سداد الفواتير المستحقة عليه.

بعدما ضاقت واستحكمت حلقاتها، جاء يوم العطلة الأسبوعية، وحدث أن غاب نصف فريق العمل عن الحضور، وكان هذا أكثر يوم من حيث المبيعات، إذ أن الدور الجامعية لم تكن توفر الوجبات لطلابها في هذا اليوم، وكان مطعم توم قريباً من هذه الدور. لم يدرِ توم ماذا يفعل مع هذا الغياب في قوة العمل، **هل يغلق أبوابه أم يفتحها وليكن ما يكون؟**

كان توم يقدم البيتزا في خمسة أحجام، لكن أشار عليه أحدهم بأن يقدم البيتزا ذات الحجم ست بوصات فقط، فهي كانت تستغرق ذات الوقت اللازم لطهي الحجم الكبير، وتحتاج ذات الوقت في التوصيل لكنها كانت تكلف أقل وربحها أكبر. كانت الخطة تعتمد على أنه إذا ساءت الأمور فسيتوقفون عن استقبال المكالمات الهاتفية. مضى اليوم بسلام، ولم يرفض توم أي طلب، لكنه حقق 50% أرباحاً إضافية في تلك الليلة ولأول مرة. الليلة التالية قدم توم بيتزا من الحجم تسع بوصات فقط، وبعدها بدأت الأرباح تعرف طريق توم.




اشترى توم بعدها محلين جديدين في ذات البلد، وهو أراد تسميتهما دومينيكز، لكن دومينيك صاحب الاسم رفض ذلك، ولذا وجب المجيء باسم قريب. ذات يوم عاد فتى من فتيان التسليم وقال له: لقد وجدت لك الاسم المناسب - **دومينوز بيتزا**، وأعجب توم بالاسم على الفور، فهو ايطالي، يتماشى مع البيتزا ايطالية المنشأ، وهو يرمز لقطع الدومينو وبالتالي يمكن استخدامها في العلامة التجارية.

كانت الفكرة الأولية أن يضع توم قطعة دومينو تتضمن ثلاث نقاط، لترمز إلى الفروع الثلاث، وكلما افتتح توم فرعاً جديداً، كلما أضاف نقطة. بالطبع مع الزيادة الكبيرة في عدد الفروع، لم يتسنى أبداً تنفيذ هذه الفكرة.

كان نطاق تفكير توم محدوداً وقتها، فهو لم يتوقع أن تكون فروعه الثلاث الأزحم في المدينة كلها، فكل فرع كان يبيع ما يزيد عن 3 آلاف بيتزا في الأسبوع، زادت حتى 5 آلاف. كان توم شديد الاهتمام بكل صغيرة وكبيرة في ثنايا عمله، فهو وظف متذوقين مكفوفي البصر ليختبروا جودة عجائنه، واستبين رأي رجل الشارع العادي في كل شيء، وهو اكتسب حب وتعاون فريق عمله، ما ساعده على تحسين جودة ما يقدمه، مع خفض التكاليف في ذات الوقت.

في نهاية الستينات حضر توم دورة تدريبية عن فكرة التعهيد (فرانشيز)، وهنا بدأ الإلهام يهبط عليه، فهو رأي رجالاً تبدو عليهم إمارات الثراء والترف المفرط يحضرون هذه الدورة، وبدأ يدرك أن التعهيد هو السبيل لبلوغ القمة، لكن تعين عليه قبل ذلك أن يكون لديه نموذج العمل المتميز والذي سيكفل له النجاح.

> الفشل هو البُهار الذي يعطي النجاح حلاوته، وبدونه لا تكتمل الطبخة.

**رأى توم أن ما يميزه هو توصيل طلبات البيتزا إلى طالبيها في مواقعهم، ورغم أن خدمة التوصيل هذه لم تكن منتشرة أو مطلوبة بشدة وقتها، لكنه قرر أن يتقن هذه النموذج ويجعله العلامة الفارقة له. ولكن، قبل أن يفعل ذلك، كان عليه الحصول على المال الوفير الذي سيعينه على فعل كل ذلك. هنا قرر توم أن الوقت قد حان ليطرح شركته في البورصة.**

**قابل توم سمساراً مالياً في مدينة ديترويت وعرض عليه الفكرة، لكن الرجل رآها فكرة ساذجة، فعلى توم قبلها أن يكون أكثر حرفية، إذ عليه توظيف العديد من الرجال ذوي الشهادات في إدارة الأعمال، وعليه ميكنة وحوسبة نظام الحسابات لديه، وأما الشيء الأهم: وجوب الاستمرار في النمو والكبر.**

**فعل توم كل ما قاله الرجل، وهو زاد عدد فروعه من 12 إلى 44 في عشرة شهور، لكن توم بدأ يلاحظ كثرة موظفيه، وقلة ما يفعلونه. المحلات الجديدة لم تكن بالقرب من الجامعات مثل سابقتها، بل بالقرب من التجمعات السكنية، وتميزت محلاته بالزحام، وبطء التسليم، كما بدأت محلات التعهيد تتسلم الطعام من توم، لكنها لم تدفع له الثمن إذا لم يتم بيع هذا الطعام. وما هو إلا وقت قليل حتى انتهى الأمر بصاحبنا وقد خسر 51% من شركته للبنوك المقرضة.**

**أجبر الدائنون فريستهم توم على الاستعانة بخبير إداري كان من المفترض به إعادة الأمور إلى نصابها، لكنه على العكس أضر أكثر مما نفع. أصدر الخبير أوامره التي لا ترد وفرماناته برفع أسعار البيتزا، وخفض نفقات الخدمات والتسليم، وأمر الفروع باستخدام الرخيص من مكونات البيتزا، ووقف توم وقفة المتفرج، فهو كان عاجزاً عن التدخل.**

**بعد مرور عشرة شهور على مقدم الخبير، بدأ المتعهدون رفع دعاوي قضائية بسبب المغالاة في أسعار التعهيد، وإجبارهم على شراء كل شيء من الشركة، والتي كانت في موقف سيء للغاية، حتى أن البنوك وافقت على أن تعيد الإدارة لتوم، ليأسهم من جدوى إصلاح الأمور.**

**كانت سعادة توم باستعادة زمام الأمور بالغة، وهو استجدى وترجى واستعطف الموردين حتى يستمروا في التوريد، والمتعهدين حتى يتراجعوا عن قضاياهم. وافق البعض من الذين سعدوا بعودة توم، واحداً تلو الآخر، وأما الذين رفضوا التراجع فتصالح معهم توم وفض اتفاقية التعهيد وتركهم يتحولون لأسماء أخرى.**

**لكن توم كان لا زال أمامه دين كبير يجب سداده، فهو كان لديه أكثر من ألف دائن، رفع 150 منهم دعاوي قضائية مطالبين بالسداد. استغرق الأمر من توم قرابة السنتين من العمل الشاق والتحدث طوال الوقت في الهاتف مطالباً الدائنين بفسحة وقت إضافية. بعدما كان لديه 29 عاملاً في محله الرئيس، نزل العدد إلى ثلاثة، اثنان منهم توم وزوجته.**

لم يكن توم مستعداً لإعلان إفلاس شركته، لقد تذوق حلاوة النجاح والازدهار، وهو أراد العودة إلى مثل هذه الحالة مرة أخرى. تولى توم الدفاع عن نفسه بنفسه في القضايا المرفوعة عليه، فهو لم يكن ليتحمل نفقات المحامي، حتى حفظه القضاة، وبدؤوا يعطونه أحكاماً مخففة، مثل تسديد حفنة دولارات أسبوعياً ولمدة شديدة الطول. لقد كان توم يعيش في بيت بلا أثاث ويقود سيارات تسليم البيتزا القديمة.

كان بعض الدائنين من الكرم بحيث أسقطوا بعض الديون، لكن خلال سنة كان توم قد سدد كل ديونه، وفي بضع سنين كانت جميع مشكلاته قد حُلت، وعادت لتوم قوته، وبلغ عدد فروعه 300 محلاً، وعاد الزبائن إلى فروعه والتي بدأت تشهد زيادات صاروخية في المبيعات، وعاد العملاء يريدون استغلال اسمه تجارياً مرة أخرى. هذه المرة تعلم توم من القضايا التي رفعت عليه، ولذا أصر على من يريد التعهيد أن يعمل مديراً في أحد مطاعمه، وبعد نجاحه في مهمته لمدة سنة، يمكنه بعدها أن ينال موافقة الشركة.

أنشأ توم شركة لتمويل هذه الشروط الجديدة، وبذلك وفر نفقات المحامين الذين كانوا يتولون تجهيز العقود ومراجعة الشروط والبنود. لقد أثبت هذا النظام جدارته، وهو اُعتبر أفضل نظام تعهيد في وقته، وفي عام 1980 افتتح توم أول فرع له خارج البلاد، في وينيبيج بكندا، وفي عام 1983 كان لدى توم أكثر من 1100 فرع.

بدأ توم في تصميم برامج تحفيزية للموظفين، وبدأ يطبق نظام التسليم خلال 30 دقيقة وإلا فالبيتزا تكون مجانية، وبدأت أوقات التسليم تتحسن وتقل. هذا النظام جلب لتوم شهرة كبيرة، لكنه اضطر في عام 1993 لإيقافه، بسبب دعوى تعويض من سيدة صدمها سائق من سائقي دومينوز تجاوز إشارة ضوئية حمراء!

بدأ توم يحقق أرباحاً خيالية، وبدأت أضواء الشهرة تتركز عليه، وبدأ نظامه الخاص في التعهيد يلقى شهرة كبيرة. هذا النجاح جعل توم يبدأ في شراء الغالي والنفيس، ففي عام 1983 اشترى فريق ديترويت تايجرز (نمور ديترويت) لكرة السلة، وفاز به بطولة العام التالي، ما جعله لقبه يصبح بعدها نمر البيتزا.

> الهزيمة عرض مؤقت، يأسك من إعادة المحاولة بعدها يجعله مستديمًا.

اشترى توم كذلك مزارع حول مقر الشركة الرئيس، واشترى 244 سيارة نادرة، واشترى مبان أثرية، لكن توم كذلك كان قد بدا يتوجه توجهاً دينياً نحو نشر الدين المسيحي ومساعدة المحتاجين والفقراء والمشردين. بدأ توم في بناء الكنائس داخل وخارج أمريكا، وهو انضم للحزب الرافض لإباحة الإجهاض في أمريكا، ما جعل شركته عرضة لدعوة مقاطعة كبيرة من أنصار حق المرأة في الإجهاض، ما جعل توم يدرك أن أفكاره وتوجهاته الخاصة العلنية ستعود على شركته بالضرر وعلى موظفيها، ولذا بدأ يفكر في بيع كل شيء، والتفرغ للدين.

في عام 1989، قرر توم بيع كل نصيبه في دومينوز بيتزا، وقضاء بقية حياته في خدمة الكنيسة الكاثوليكية. لكن لإعطاء المشتري الثقة بأن الشركة يمكن أن تسير بدونه رئيساً لها، قرر توم التنحي عن منصبه كرئيس للمجموعة، لكن بيع الشركة استغرق منه سنتين ونصف.

في هذه الأثناء كانت شركة بيتزا هت قد دخلت ساحة المنافسة بقوة، وبدأت في تسليم البيتزا في زمن أقل، وفي غياب توم بدأت الشركة في التدهور، وبلغت ديون الشركة نصف مليار دولار. لقد كان لزاماً على توم العودة مرة أخري لإنقاذ الشركة في عام 1991. في هذه الأثناء تأثر توم بقراءته لكتاب عن المسيحية، دعا كاتبه القراء للتواضع، والاحتراس من التفاخر، والذي عده من الذنوب، فما كان من توم إلا وأخذ العهد على نفسه بأن يعود فقيراً، فبدأ يبيع ممتلكاته الثمينة، وسياراته الفاخرة، وفريق النمور.

في عام 1999 ظهر مشتر للشركة، فباعها له توم خلال 14 أسبوعا. لقد كان المشتري صاحب محلات بيتزا قيصر (سيزرز)، وأما سعر البيع فكان مليار دولار أمريكي، لكن توم –الذي لا زال يحتفظ ببعض الأسهم القليلة في الشركة - يعيش واهباً حياته لخدمة دينه، وهو متبرع سخي وشهير، وصاحب جامعات دينية كثيرة. توم من مواليد 25 مارس 1937، وهو دشن مشروعه الخاص وعمره 23 سنة، في عام 1960، واليوم تفوق فروع شركته السابقة أكثر من 8000 فرعاً.

**الدروس المستفادة:**

- رغم نشأته الصعبة، وظروفه المعاكسة، تزوج توم وأنجب أربعة من البنات، وبدأ مشروعه الخاص.
- النجاح لا يعني حصانة ضد الفشل، وكذلك الفشل لا يعني استحالة النجاح.
- الأفكار الجديدة مطلوبة من خارج المنشأة، بينما تطبيقها يأتي من داخلها.
- لا تحقرن أي نصيحة، وساعد فريق العمل على أن تثق فيه.
- احرص على أن تكون عندك رؤية واضحة لما تريد أن تفعله وتكونه في المستقبل، ولا يهم حققتها أم ليس بعد، الأهم أن تكون عندك، واضحة وضوح الشمس.

# 6- قصة تأسيس موقع هوتميل

تــصرف كمــا لــو كانــت أفعالــك ســتغير العــالم – فهي كذلك بالفعل.

وُلد فى صيف عام 1968 و نشأ في إقليم بنجالور الهندي، ودرس في معهد بيرلا للتكنولوجيا لسنتين، ثم انتقل لولاية باسادينا الأمريكية في معهد كالتك حيث درس الهندسة الكهربائية، ثم انتقل لكلية ستانفورد ليحصل على شهادته العلمية من هناك، ثم تخرج منها وحصل على وظيفة بشركة أبل، ثم بعد سنة فيها انتقل إلى شركة ناشئة تعمل في تصميم الدوائر الإلكترونية، حيث راودته فكرة إنشاء شركته الخاصة في وادي السيليكون الأمريكي الشهير، وادي الأحلام التي تتحقق.

مع شريكه جاك سميث، بدآ البحث عمن يمول فكرتهما التي تعتمد على إنشاء قواعد بيانات على شبكة انترنت، لكن في ذلك الوقت كانت شبكة انترنت لا تزال في مراحل نموها الأولى، ولذا لم يتحمس كثيرون لفكرتهما، لكنهما لم ييأسا، و فكرا فيما يحتاجه مستخدمو انترنت فعلاً، ونشأت الفكرة وتخمرت جراء احتياج الاثنين لإرسال رسائل بريدية لبعضهما البعض من خلال انترنت دون الدخول في تفاصيل كثيرة أو استعمال حسابات بريد الشركة والتي كانت تخضع للرقابة والمساءلة.

تعتمد مشاريع انترنت الناجحة على تقديم خدمات مجانية للجميع، ولما لم يفكر أحد من قبلهما في تقديم خدمة البريد الإلكتروني المجاني، لذا أسرع **صابر باتيا وجاك سميث** بالبحث عمن يمول فكرتهما الجديدة، وبعد ثلاث ساعات من النقاش اقتنع مسئولو شركة درابر فيشر وجيرفستون بالفكرة و قرروا المساهمة بمبلغ 300 ألف دولار مع الثنائي الحالم اللذان انطلقا يصلون الليل بالنهار في عمل دائم من أجل إطلاق الموقع الجديد هوت ميل.

كان التدشين في يوم الرابع من يوليو من عام 1996 والذي وافق عيد الاستقلال الأمريكي ليكون بمثابة يوم تحرير مستخدمي الانترنت من صعوبات تبادل رسائل البريد الإلكتروني، وتقديم خدمة مجانية لا تحتاج لأجهزة مخصوصة أو إعدادات خاصة أو أي شيء، فقط السهولة المطلقة بعينها. سرعان ما انتشر الخبر كالنار في الهشيم، وانهال المشتركون على الموقع للاشتراك فيه، وحاز بريد هوت ميل المجاني على جوائز تقديرية من العديد من المجلات و المواقع و الخبراء، حتى وصل عدد المشتركين إلى أكثر من عشرة ملايين مشترك من 230 دولة، يشاهدون 40 مليون إعلان يومياً.

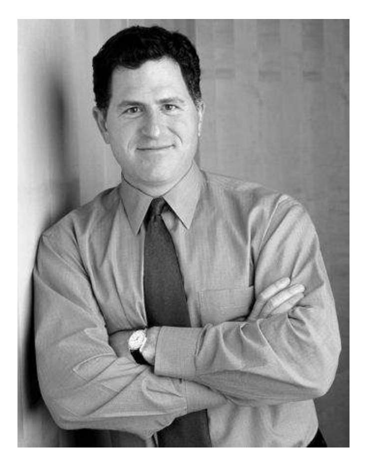
لم تنتظر شركة مايكروسوفت أكثر من سنة حتى أعلنت رغبتها في الاستثمار في هوت ميل، ثم لم تلبث أن اشترته بمبلغ 400 مليون دولار أمريكي في أكتوبر من عام 1997 وكان نصيب الثنائي الحالم كبيراً، مع عقد عمل لصابر باتيا لمدة سنة في شركة مايكروسوفت من أجل تطوير و تحسين طريقة عمل هوت ميل.

تطور بريد هوت ميل وكبر حتى أصبح يخدم أكثر من 40 مليون مستخدم في وقت ما، ومحققاً سوقاً دعائياً كبيراً جداً لمايكروسوفت - التي عمدت لفترة قصيرة في توفير خدمة هوت ميل مجاناً دون إعلانات لمستخدمي نظام التشغيل –ويندوز –الخاص بالشركة، محققاً لها مزايا تنافسية أكثر من غيرها، على أن هذا الأمر لم يدم، إذ واجهت مايكروسوفت منافسة شرسة من ياهو ومن جوجل الآن، ولا زالت تواجه غرماء منافسين.

بعدما عمل صابر لدى مايكروسوفت لمدة عام، تركها وأسس موقعاً أسماه أرزو، لكنه اضطر لإغلاقه مع الانهيار العالمي لشركات انترنت في عام 2000، لكنه عاد في عام 2006 لإعادة إطلاق الموقع، وجعله مخصصاً للسفريات، وهو أنشأ كذلك موقعاً للتدوين من أي مكان، ويعمل حالياً على إنشاء مدينة في موطنه الهند، تحاكي آليات عمل وادي السيليكون الشهير في أمريكا.

ليس كل ربح نجاح
ولا كل خسارة فشل

# 7- مسيرة نجاح مايكل دِل



وعمره 13 سنة اتخذ بيت والديه مقراً لنشاط تبادل طوابع البريد عبر الطلبات البريدية، فحقق في بضعة شهور أرباحاً قاربت الألفي دولار، وعمره 15 سنة قام بتفكيك حاسوبه الجديد: أبل2، إلى قطع صغيرة متناثرة، ثم أعاد تجميعه مرة أخرى ليرى إن كان يستطيع ذلك، وعمره 16 سنة احترف بيع اشتراكات الجرائد اعتماداً على قوائم المتزوجين حديثاً فحصد ربحاً فاق 18 ألف دولار فتمكن من شراء سيارته الأولى: بي ام دبليو وعمره 18 سنة.

في عام 1984، التحق مايكل سول دِل (مواليد 23 فبراير 1965) بجامعة تكساس في مدينة أوستن الأمريكية، وانطلاقاً من غرفة نومه في مهجع طلاب جامعته، أسس شركته بي سيز المحدودة لبيع أجهزة الكمبيوتر المتوافقة مع أجهزة آي بي إم والتي كان يقوم بتجميعها بنفسه. الشركة الوليدة جاء رأس مالها في صورة قرض اقترضه المقاول الصغير من جديه، وكان باكورة زبائنه زملاء الدراسة في الجامعة الحالمون بامتلاك حاسوب يناسب ميزانياتهم المحدودة.

المبدأ الذي اعتمد عليه مايكل دِل في بدايته أنه إذا باع مباشرة للجمهور فسيعرف متطلباتهم ويكون قادراً على تلبيتها بشكل سريع، وهو بذلك يكون قد أخرج الوسطاء من المعادلة، فهو وجد أن مكونات الحواسيب الجاهزة بالإمكان الحصول عليها وحدها بأسعار أقل، ومن ثم يقوم هو بتجميعها وحصد فرق السعر لنفسه. بنى مايكل فلسفته على تقديم خدمة أفضل للجمهور بسعر أقل. عند بدايته، وضع مايكل دِل لنفسه هدفاً واضحاً: هزيمة شركة آي بي ام.

في عام 1985 تمكنت شركته من تقديم أول جهاز كمبيوتر شخصي من تصميمها سمته تيربو بي سي، والذي اعتمد على معالج إنتل 8088 وبسرعة 8 ميجا هرتز. ركزت دعايات هذا الجهاز الجديد في المجلات المهتمة بالحواسيب على مبدأ البيع المباشر إلى الجمهور (دون وسطاء) وعلى إمكانية تجميع الأجهزة وفقاً لما يريده كل مستخدم، حسب مجموعة من الخيارات المتوفرة.

هذا العرض قدم للمستخدمين أسعار بيع أرخص من السوق، لكن مع مصداقية أكبر مما لو كان كل مستخدم قام بتجميع جهازه بنفسه. رغم أنها لم تكن الشركة الأولى في تطبيق هذه الفكرة التسويقية، لكن شركة بي سيز المحدودة كانت أول من نجح في تطبيقها.

هذا النجاح دفع مايكل دِل لأن يترك دراسته ليركز على إدارة عمله الجديد بدوام كامل، إذ أن شركته حققت أرباحاً إجمالية فاقت 6 مليون دولار أمريكي في سنتها الأولى. في عام 1987 افتتح مايكل فرع شركته في العاصمة الإنجليزية لندن. في عام 1988 حول مايكل اسم شركته إلى "شركة حواسيب دِل".

في عام 1992 ضمت مجلة فورتشن الأمريكية شركة دِل إلى قائمتها لأكبر 500 شركة، ، وفي عام 1996 بدأت دِل بيع منتجاتها عبر موقع متجرها الإلكتروني على الشبكة البينية إنترنت، وفي عام 1999 تخطت شركة دِل منافستها كومباك في التصنيف لتصبح البائع الأكبر للحواسيب في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 2003 وافق مساهمو الشركة على تغيير اسمها إلى مؤسسة دِل (دِل إنكوربريشن) لتسهيل دخول الشركة في مجال بيع منتجات أخرى غير الحواسيب.

في شهر مارس من عام 2004 بدأت دِل دخول عالم الوسائط المتعددة بتعاملها في الكاميرات الرقمية والحواسيب الكفية ومشغلات الموسيقى وأجهزة التليفزيون ذات الشاشات المسطحة وغيرها. شهد هذا الشهر أيضاً، تنحي مايكل دِل عن منصبه كمدير لشركته واكتفى بعضوية مجلس الإدارة، مفسحاً الطريق لخليفته كيفين رولنز لتولي هذا المنصب ومتابعة المسيرة.

مايكل دِل ينتمي للطائفة اليهودية، وهو من كبار ممولي مواطنه الرئيس الأمريكي جورج بوش في كلتا حملتيه الانتخابيتين. في عام 2005 جاء ترتيب مايكل دِل رابع أغنى رجل في الولايات المتحدة الأمريكية، بثروة تقارب 18 مليار دولار، ما يجعل ترتيبه الثامن عشر كأغنى رجل في العالم.

لا زال مايكل يقطن أوستن الأمريكية في ولاية تكساس مع زوجته سوزان وأولاده الأربع، وأما شركته التي بدأها فعوائدها الإجمالية تفوق 40 مليار دولار سنوياً، وتوظف أكثر من 40 ألف موظف، ولها فروع في أكثر من 170 بلداً، وتبيع كل يوم منتجات بأكثر من 30 مليون دولار، وتبيع حاسوباً من إجمالي كل ثلاثة حواسيب مباعة في السوق الأمريكية، وقرابة واحداً من كل خمسة مباعة في العالم، كل هذا في خلال 17 عاماً منذ تأسيسها.

ألف مايكل دِل كتاباً سماه: مباشرة من دِل: استراتيجيات أحدثت ثورة في الصناعة أو Direct from Dell: Strategies That Revolutionized an Industry وهو تناول فيه قصة نجاحه وفلسفة نشاطه التجاري الذي بدأه.

لم تمضي مسيرة الشركة دون عقبات وأزمات، ففي حقبة التسعينات اشتعلت النار في بعض حواسيب دِل النقالة بسبب أعطال فنية، وفي عام 2001 اضطرت الشركة لخفض العمالة لتتعافي من تراجع المبيعات، على أن أشهر زلة لسان لمايكل دِل حدثت في عام 1997 عندما سأله سائل في ملتقى فني ضم آلاف الحضور، ما الذي كان ليفعله ليعالج جميع أزمات شركة أبل التي كانت تعاني من

مشاكل طاحنة كادت تضع نهاية لها وقتها، فأجاب مايكل قائلاً: "كنت لأغلق الشركة وأعيد المال إلى المساهمين!".

لم ينسى مدير شركة أبل، ستيف جوبز، هذه المقولة، إذ قال في رسالة بريدية في شهر يناير من عام 2006 إلى موظفي الشركة أن على مايكل دِل أن يبتلع كلماته ويسحبها، فيومها فاق السعر السوقي لشركة أبل ذاك لدِل، ومبيعات أبل وأرباحها أكبر من تلك لدِل. على أن مايكل دِل يبقى صاحب الكلمة الأخيرة، فهو لا زال أغني من ستيف جوبز!

في الأول من فبراير 2007، وفي خبر دراماتيكي، عاد مايكل دل إلى مقعد الرئاسة، ليقود شركته مرة أخرى، بعدما تتالت الإخفاقات والعثرات وتوالت تقارير الخسائر.

# 8- الطالب الذي أثبت خطأ أستاذه

اجتهد الطالب إيان ليوبولد (Ian Leopold) في جامعة هوبرت الأمريكية أثناء إعداده لمشروع تخرجه في باب اقتصاديات قطاع الأعمال الناشئة (1985-1986) وكان مشروعه يدور حول فكرة مفادها نشر دليل تسوق وتنزه مكون من 44 صفحة موجه كلياً لطلاب الجامعات، على أن يتم توزيعه مجاناً على هؤلاء الطلاب، ويتم تحقيق الربح من خلال إعلانات المعلنين. لم يوافق الأستاذ الجامعي المشرف على بحث ليوبولد على ما جمح إليه فكر هذا الشاب الصغير، فجعله يرسب في مادته مانعاً له من التخرج.

كان ليوبولد مقتنعاً بأن شريحة الشباب العُمرية من 18 إلى 24 سنة لا تلقى التركيز الكافي من قبل المُعلنين، وهو رأى في مشروعه هذا سبيلاً لمعالجة هذا النقص في الاهتمام الإعلامي، وكان يهدف لأن يكون الدليل الطلابي الذي أراد إصداره مشتملاً على معلومات موجهة بالأساس إلى طلاب الجامعات -خاصة أولئك القاطنين في المدن الجامعية (قد يكون هذا المبدأ غريباً علينا في بلادنا العربية، لكن من سافر للخارج يعرف جيداً المدن الجامعية ونُزل الطلاب).

عانى وقتها قاطنو تلك المدن الجامعية من عزلة داخلية عن العالم الخارجي، أضف إلى ذلك أن برامجهم الدراسية كانت تشغل معظم أوقاتهم بدرجة منعتهم حتى من متابعة الجرائد أو مشاهدة التليفزيون. كانت شريحة الطلاب هذه تخطو أولى خطواتها نحو الشراء والاعتماد على النفس، وهي شريحة مُستهلكة لا ولاء لها لمنتج بعينه، بل هي متفتحة لتجربة جميع المنتجات بدون أن تكون قد كونت آراء مسبقة، مثل هذه الشريحة غير الناضجة تسويقياً هي ما يحلُم به أي مسئول تسويق في أي مكان.

فوق كل هذا، الشركة أو العلامة التجارية التي تنجح في كسب ولاء أي مُستهلك من هذه الشريحة، فهي تضمن مُستهلكاً لمنتجاتها لمدى الحياة، وهذا هو حلم أي مؤسسة تفهم جيداً ما هو التسويق الناجح.
اعتمدت فكرة ليوبولد كذلك على الإعلان للطلاب في أماكن تجمعهم اليومية، مثل ألواح الإعلانات والنشرات الداخلية، والتي كانت تعرض مواعيد المباريات القادمة، ونتائج تلك الماضية.

جلس ليوبولد ليكتب خطة العمل لمشروعه واضعاً كل أفكاره وتوقعاته على الورق، وبعدما انتهى أطلق اسم كامبس كونسبتس (Campus Concepts) على هذه الشركة الافتراضية التي كان يُعد خطتها للعمل، ثم سلمها لأستاذه الجامعي المشرف على مشروع تخرجه. كانت الفكرة جديدة وشجاعة وأكثر من رائعة، لكنها جعلت الفتى المتحمس يرسب في مشروعه! لقد رأى أستاذه أن هذه الفكرة لن تنجح في الحياة العملية. لم يستسلم ليوبولد، فهو كان مضطراً للبقاء للنجاح في مادة الرسوب، وهو كان بلا عمل صيفي، ورغم أن جل ما كان يملكه من رأس مال لا يتعدى 48 دولار، لكنه قرر تنفيذ مشروعه، وعزم على أن يثبت خطأ أستاذه.

اختار ليوبولد فريق مبيعاته من زملائه في الجامعة، بنظام العمولة من الأرباح، مقابل أن يبيعوا إعلانات شركات لديها منتجات موجهة لطلاب الجامعات، وتنشر هذه الإعلانات داخل دليل معلومات للطلاب (سماه دليل الطلاب غير الرسمي) يحتوي على كل ما يمكن أن يهتم لشأنه طلاب الجامعة، مثل ملاحظات للباحثين عن وظائف وماذا يجب عليهم الحذر منه في مقابلات التوظيف، ونصائح لمن يريد الدراسة في الخارج، وكيف يتعامل الطلاب مع الضغط العصبي عموماُ، بسبب مقابلة أو اختبار.

جاء توزيع أول دليل مطبوع في يناير من عام 1986 في جنبات جامعة هوبارت، وما كان من الطلاب إلا أن أحبوه، ولم يكن من المعلنين إلا أن أحبوه بدورهم. حقق العدد الأول عوائد قدرها 2000 دولار، نصفها كان ربحاً صافياً. عين ليوبولد من يتولى نشر الدليل وتوزيعه لينطلق هو ليذاكر لنيل شهادة الماستر في إدارة الأعمال MBA. بعد مرور عامين على هذه البداية، كان دليل الطلاب يحقق عوائد قدرها 75 ألف دولار، بعدما وسّع مجال توزيعه ليبلغ طلاب بقية الجامعات الأمريكية.

في عام 1990، كانت الفكرة التي حُكم عليها بالفشل مُسبقاً تُدر عوائد قدرها ربع مليون دولار أمريكي، فما كان من ليوبولد إلا أن ترك وظيفته لدى شركة تأمين شهيرة، التي أمضى فيها عامين من حياته، وقرر التفرغ لإدارة مشروعه الناشئ، انطلاقاً من مدينة بلتيمور الأمريكية في عام 1991.

توسع الدليل الطلابي في عام 1992 ليقدم خدماته التسويقية وليوفر الرعاة الرسميين لاتحادات النشاطات الرياضية الطلابية الجامعية الأمريكية، وفي عام 1995 نظمت الشركة بطولة رياضية خاصة بها، كانت جوائزها هدايا قيمة مقدمة من الرعاة الرسميين. ابتداءً من عام 1996، دخل عمالقة الشركات في معترك الدعاية الموجهة لطلاب الجامعة، مثل Nike وبيبسي وبعدهما مايكروسوفت.

في عام 1998 كان إجمالي عوائد الشركة 10 مليون دولار، وهي عملت بمثابة بوابة الوصول إلى ثلاثة ملايين طالب جامعي أمريكي، وتوسعت نشاطات الشركة لتشمل الدعاية والإعلان والنشر والتسويق، وانتقلت بالفكرة إلى خارج البلاد وسعت لضم العديد من الشركات الأخرى إليها حتى صارت عملاقاً تجارياُ لا يستهان به أبداً.

> **لم يندم أحد على بذله لكل ما في وسعه،**
> **لكن ما أكثر من ندموا على كسلهم**

# 9- الحرية للجميع، والنجاح لمارك سبنسر



في حقبة الستينات من القرن الماضي، فضلت والدة مارك سبنسر (أستاذة اللغة الفرنسية) الرحيل عن مصر وثورتها، مهاجرة إلى الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تزوجت بأمريكي (أستاذ مادة التربية) واستقرت هناك، ثم رُزقت بابنها مارك في 8 أبريل 1977. في رغبة قوية في الحفاظ على أواصر العلاقات الأسرية، أصر جد مارك على مجيء الأحفاد في إجازة الصيف إلى مصر لقضاء بعض الوقت هناك.

كان ماركو (كما أحب أن يناديه رفاقه) شديد الاختلاف، فقد كان خبير وعبقري نظام التشغيل لينكس يسير على قدمين وهو في المرحلة الثانوية، وكان يرى أن شركة مايكروسوفت قاتلة الإبداع والتطوير. وضح اختلاف ماركو من كونه جاداً طوال الوقت، يأخذ كل كلمة على محمل الجد، وهو كان مستعداً للأخذ بيد الجميع إلى عالم لينكس.

حصل ماركو على منحة جامعية شاملة في ذات الجامعة التي يعمل فيها والداه، وتعمق في دراسة لينكس وتطويره. في هذه الأثناء كان ماركو يعاني من كثرة أصدقائه الذين يستعملون مختلف برامج الدردشة (ام اس ان، ياهو، آي سي كيو،..) للبقاء على اتصال مع بعضهم البعض. كيف يحل ماركو هذه المشكلة؟ انكب ماركو على تصميم برنامج Gaim الذي يسمح للمستخدم – من خلال نافذة واحدة- بالدخول على جميع خادمات برامج الدردشة في وقت واحد، دون الحاجة لتنزيل كل برنامج على حدة (بناء على مضايقات قانونية من شركة AOL تغير اسم البرنامج في الوقت الحالي).

مبادئ ماركو الثابتة تصر على مشاركة مصدر أي برنامج يصممه مع غيره من الناس، عملاً بذات الروح التي عليها قام نظام التشغيل لينكس، وهي سياسة أثبتت جدواها، إذ سرعان ما شاركه الكثيرون حول العالم في تطوير البرنامج، فنقلوه ليعمل على غالبية أنظمة التشغيل، واستمروا في تطويره ليواكب كل جديد في عالم برامج الدردشة في وقتنا الحالي. اليوم وصل عدد مستخدمي Gaim لقرابة اثنين مليون مستخدم.

لا أجزم - لكني أؤمن - بأن مشاكل رداءة خطوط الاتصال الهاتفية في مصر كان لها الفضل على ماركو، الذي كان مدمن إنترنت، ولذا تعين عليه خلال إجازته الصيفية المتكررة التعامل مع أجهزة المودم مباشرة لكي يقنعها بأن تبقى على اتصال برغم المستوي المزري لخطوط الهاتف في مصر في تلك الحقبة، هذه الخبرة أفادت ماركو حين قرر إنشاء شركته الخاصة لتقديم الدعم الفني لنظام لينكس، هذا بالإضافة إلى ولعه بهندسة تصميم الدوائر الإلكترونية –بالطبع!

أنشأ ماركو - أثناء دراسته الجامعية - شركته الجديدة لتقديم الدعم الفني لمستخدمي نظام لينكس، لكن واجهته مشكلة بسيطة، فهو بدأ شركته برأس مال قدره 4 آلاف دولار، وبالتالي فهو لا يستطيع شراء سنترال تليفونات داخلي لتلقي اتصالات العملاء الهاتفية وتولي أخذ الرسائل الصوتية (كان النظام الذي يريده ماركو يكلف 10 آلاف دولار).

انكب ماركو على برمجة الحل الأمثل لمشكلته: برنامج من تأليفه سماه النجمة Asterisk والذي يعمل على نظام لينكس ويحتاج لبطاقة مودم وخط اتصال هاتفي واتصال بشبكة إنترنت. ما هي أيام حتى انتهى من النسخة الأولية من البرنامج، الذي طرحه بالمجان على إنترنت مع توفير مصدره في عام 1999. لم يكن ماركو وقتها مُركزاً جل اهتمامه على النجمة، ليس بعد.

مع انتهاء فورة إنترنت وإفلاس الكثير من شركاتها، قل الطلب على خدمات ماركو لدعم لينكس، الذي اضطر في ربيع 2001 إلى تحويل جل اهتمامه من تقديم الدعم الفني إلى خدمات الاتصالات عبر إنترنت. في نهاية 2001 كانت شركة ماركو تبيع عتاد اتصالات متوافق مع برنامجه النجمة، وما هي إلا بضعة شهور حتى بدأ العمالقة يفسحون المجال لعملاق جديد بينهم. بدأت شركة إنتل في بيع بطاقات اتصال متوافقة مع برنامج النجمة، وأما آي بي ام ذات العلاقات القوية مع شركة سيسكو - عملاقة إنتاج أجهزة الاتصالات، فحافظت على علاقة قوية وطيبة مع ماركو، فهي عرفت أن المستقبل له.

انتهى المآل ببرنامج النجمة بأن تم تحميله أكثر من مليون مرة في وقت قصير، وبدأت الكثير من الشركات حول العالم في الاعتماد عليه. توفير شيفرة مصدر البرنامج جعل 350 مبرمج من حول العالم يضيفون للنجمة أكثر من 100 بريق (وظيفة). في عام 2005 أعلنت سيسكو عن نتائج دراسة أجرتها على أكبر 100 شركة استخدمت النجمة عوضاً عن منتجاتها، وهي وجدت أن الثبات والإنتاجية الغزيرة والدعم الفني القوي والتطوير المستمر والخدمة الممتازة هي أهم أسباب انتقال العملاء، وليس فقط انخفاض التكلفة.

يتيح برنامج النجمة اليوم لمن يستخدمه توفير قرابة 80% من تكلفة شراء عتاد الاتصالات الهاتفية في أي شركة، وهو يوفر خدمة الاتصال الهاتفي عبر إنترنت، ويمكن توصيله بأي سنترال تليفوني في أي شركة، وهو برنامج شديد المرونة قابل للتخصيص ليتوافق مع أي متطلبات للعملاء. تستخدم شركة الكهرباء الجنوبية الأمريكية برنامج النجمة في الرد على الاتصالات الهاتفية وتحويلها إلى رسائل نصية يتم إرسالها إلى أصحابها عبر الهواتف النقالة.

توظف شركة ديجيم Digium التي أسسها ماركو في عام 1999 أكثر من 50 موظف وتدر أكثر من 10 ملايين دولار سنوياً مقابل مبيعات عتاد اتصالات يوفر المزيد من الخدمات عبر برنامج النجمة، ومقابل خدمات الدعم الفني وخدمات تخصيص البرنامج لصالح العملاء.

أثناء دراسته الجامعية عمل ماركو بدوام جزئي في شركة متخصصة في تصميم وبيع أجهزة الاتصالات الداخلية (سنترالات) لمدة سنتين. بعدما صمم برنامجه النجمة باع سُبع شركته إلى ذات الشركة مقابل نصف مليون دولار. من يسير في جنبات شركة ماركو يجدها منشأة في مكان إيجاره قليل السعر، تحتوي على أجهزة كثيرة وقد شقت بطونها وتناثرت أحشائها على مكاتب الموظفين الذين يحبون اختبار كل ما هو جديد، لكي يأتوا بالجديد.

**النجاح هو المضي من فشل إلى فشل دون أن يفت ذلك في عضدك**
**وينستون تشرشل**

# 10- السجن ليس النهاية

نظر السجين كلايد بيزلي إلى شاشة تليفزيون السجن التي كانت تعرض تصفيات مباراة جولف، والتي توقفت بسبب المطر المتساقط، وجال في خاطره تساؤل، كيف يمكن لممارسي رياضة الجولف التمتع برياضتهم المفضلة رغم زخات المطر. تلك كانت لحظة ميلاد وبداية اختراع لعبة جولف الطاولة، أو سمها تزاوج لعبة الجولف مع لعبة البلياردو.

لعبة جولف الطاولة تعتمد على طاولة مماثلة لتلك التي تمارس عليها لعبة البلياردو، تتراوح مقاساتها وتختلف أسعارها بداية من 150 دولار وحتى 700 دولار. كان عُمر كلايد يناهز 35 عاماً حينما خطرت له فكرته تلك في عام 1999. عكف كلايد، بعد أن خطرت له فكرته، على وضع تصميماته وتخيلاته للعبته الجديدة على الورق، وعندما خرج من السجن بعدما أنهى عقوبته لمدة ثلاث سنوات، اتجه إلى محل لبيع الأدوات والمعدات ليشتري ما يلزمه لتحقيق فكرته –وهو ما كلفه قرابة 200 دولار- ثم قضى ليلته عاكفاً على صنع النموذج الأولي.

بعدما دعا بعض أولاد الحي الذي يقطنه لتجربة اختراعه، وبعد رؤيته لإعجابهم باللعبة الجديدة، انطلق كلايد إلى النوادي الرياضية ومحلات الترفيه والتسلية عارضاً على أصحابها فكرته الجديدة، لكن الأفكار الجديدة تحتاج لمجهود كبير حتى يقبلها الناس. على أن كلايد لم ييأس، وذلك ما دعا صاحب محل رفض فكرته لأن يقترح على كلايد تجربة الذهاب إلى معرض لعبة البلياردو الموسمي الأمريكي في مدينة لاس فيجاس، وهذا ما فعله كلايد في يوليو 2003.

تبسم القدر لصاحبنا، إذ نالت فكرته إعجاب شركة تصنيع طاولات البلياردو، والتي لا زال كلايد يتعامل معها لليوم، وبدأ الناس يقبلون على لعبته بعدما أذاعت أكثر من محطة تليفزيونية تقارير عن اللعبة الجديدة، وبدأت العجلة تدور وبدأ الطلب علي اللعبة الجديدة في التزايد، ويتوقع كلايد أن يحقق مبيعات تتجاوز 5 ملايين دولار بناءً على مبيعات عام 2005، خاصة بعدما أضاف الكثير من الاختيارات المتنوعة والتي تسمح للجميع بتجربة اللعبة الجديدة دون تكاليف كثيرة.

ليست هذه نهاية طموح كلايد، الذي يلقي حالياً محاضرات تشجيعية، يحكي فيها قصته، من شاب خالف القانون فنال عقاباً مدته 11 سنة، لكنه لم ييأس وتعلم درسه وخرج ليصبح رجل أعمال ناجح.

# 11- حواسيب غرباء الفضاء

جلس أليكس أجيلا وحيداً يراجع نفسه ويفكر فيما فعله في الشهور القليلة الماضية، فهو أنفق كل مدخراته، واستقال من وظيفته التقليدية، وشارك صديق عمره في إنشاء شركة كمبيوتر جديدة.

لقد كانت الشكوك تراوده، خاصة بعد أن سخرت جميع البنوك منهما حين عرضا عليهم فكرة بيع حواسيب غالية الثمن موجهة في الأساس لمحبي ألعاب الكمبيوتر، في وقت كانت أغلبية الشركات تتصارع فيه على تخفيض تكاليف وأسعار بيع الحواسيب من أجل تأمين المزيد من العملاء والمبيعات. أضف إلى ذلك أن الشركة الناشئة اختارت اسمها من عالم قصص وأفلام الخيال العلمي وحكاوي غرباء الفضاء.

أمّن أليكس وصديق طفولته نيلسون جونزالز مبلغ 10 آلاف دولار كرأس مال لشركتهما الوليدة: ألينوير Alienware (أو ما يمكن أن نسميه مجازاً منتجات غرباء الفضاء)، وهما جلسا بين حوائط طُليت باللون الأسود تماشياً مع الجو العام الذي ترتب على اختيار مثل هذا الاسم للشركة التي قبعت في جراج سيارات، وها هي الهواتف تقبع صامتة لا ترن ولا تعلن عن أي اتصالات هاتفية. لقد كان أليكس يتساءل: ما هذا الذي أقدمت عليه؟

نشأ نيلسون وترعرع مع صديق طفولته أليكس على عشق ألعاب الكمبيوتر والافتنان بها، وكان لزاماً عليهما ترقية اللوحات الأم والمعالجات والذاكرات لأجهزتهما مقابل التمتع بلعب أحدث الألعاب، خاصة وأن ألعاب محاكاة الطيران التي يهواها نيلسون لم تكن لتقنع بحاسوب عادي.

في عام 1996، أيقن نيلسون قرب بزوغ نجم سوق كبيرة واعدة للحواسيب الفتية القوية، هذا اليقين دفعه لتأسيس شركته Alienware والتي سماها كذلك بسبب حبه الشديد لمسلسلات اكس فيلز وغيرها، والتي كانت تلك الحقبة من التسعينيات تشهد أوج شهرتها والإقبال الشديد على مشاهدتها حول العالم. بعدها بوقت قليل انضم صديقه أليكس إلى الشركة الجديدة كشريك.

في البداية عمل نيلسون كخبير دعم فني، بينما عمل أليكس كفني طبي، وهما كانا بلا خبرة يُعول عليها في مجال إدارة الأعمال، وهما لم يكونا يتوقعا في أكثر أحلامهما ضراوة أنهما سيستمران لفترة طويلة في هذا الشركة الوليدة. لقد كانا يتمنيان تجميع 50 أو 100 حاسوب في الشهر كي لا يضطرا للعمل تحت إمرة أي مدير أو شخص. ذلك الوقت لم يكن عشاق الألعاب خبراء في تجميع الحواسيب السريعة كما اليوم.

رغم كل هذا الزخم المتوفر من عروض الأسعار التنافسية، لكن بقيت هناك شريحة من المستهلكين لا تبحث عن الأرخص وحسب، بل هي مستعدة لإنفاق مبالغ تفوق العشرة آلاف من الدراهم والريالات مقابل الحصول على حاسوب يحقق لها كل ما تطلبه من قوة وسرعة ورفاهية وشيء تتباهى به أمام الغير.

> هناك إنسان ما، يجلس تحت شجرة ما، لأن أحدهم غرس هذه الشجرة منذ وقت طويل. وارن بافيت.

مثل هذه الشريحة وجدت في حواسيب ألينوير ما يلبي رغباتها، ولذا لا تعجب إن ذهبت لمؤتمر صحافي يعقده جيم موريسون مؤسس ومدير شركة آيميت للهواتف النقالة ووجدت الحاسوب النقال الذي يعرض من عليه العرض التقديمي يحمل علامة شركة ألينوير.

نموذج العمل لدى الشركة اعتمد على مبدأ أساس: في البدء ستدفع أنت، ثم نُجمِع نحن لك! وأما وسيلة البيع التي اعتمدوا عليها في البداية فكانت عبر موقع الشركة على شبكة إنترنت. هذا الأمر ساعد على خفض النفقات التشغيلية وعدم الحاجة لإدارة مخزون أو تجميد أموال في بضاعة تنتظر من يشتريها.

حصل أول حاسوب صمماه على مراجعة تقنية صوتت لصالحه في مجلة Maximum PC بينما مراجعة الحاسوب الثاني كانت أكثر تشجيعاً من مجلة PC Gamer الشهيرة، والتي بلغت شدة إعجاب رئيس المحررين به مبلغاً دفعه لرفض إعادة الحاسوب إلى الشركة بعد أن أخذه إلى منزله من فرط إعجابه، وهو كتب كل ذلك في تقريره المنشور بالمجلة –ما كان له طيب الأثر في نفوس المشترين!

من وقت لآخر، عمد الثنائي لتقليد مبادئ شركة دِل في البيع المباشر من أجل القضاء على الوسطاء وبالتالي خفض التكاليف وزيادة الأرباح. من ناحية أخرى، لمع نجم الحواسيب العاتية التي حملت علامة الشركة بين جمهور عاشقي ألعاب الكمبيوتر، خاصة بسبب التصميمات الخارجية الرائعة القادرة على جذب صيحات الإعجاب وتأوهات الوله. مبيعات أول سنة في عُمر الشركة كانت 80 ألف دولار، وهي بالكاد غطت جميع المصاريف والنفقات.

اليوم، أرخص حاسوب نقال تنتجه ألينوير (جميع الحواسيب يتم تجميعها باليد) يبلغ سعره 2500 درهم/ريال، على أن أغلى طراز – والذي يتم تبريد مكوناته بالسوائل لا المراوح ويعتمد على معالجات ذات قلوب ثنائية وأقراص صلبة توفر مساحات تخزين تيرا بايتية وتعتمد على بطاقات عرض أسرع من الريح المُرسلة– يفوق سعره مبلغ 37 ألف درهم/ريال. وأما سعر الحاسوب العادي فيتراوح ما بين 10 إلى 15 ألف درهم/ريال.

الزيادة في السعر – مقارنة بالحواسيب المثيلة – ترجع لاستخدام مكونات لا تفشل وتوفير دعم فني متقدم لا يستطيع غيرهم توفيره. كل حاسوب يخرج من شركة ألينوير يمر على الأقل على 200 اختبار فني، بعدها يحصل المشتري على نتائج هذه الاختبارات، مع نتائج اختبارات سرعة كل مكون من مكونات هذا الحاسوب.

ساهم القدر الكبير من الدعم الفني الذي تقدمه ألينوير في زيادة شهرة الشركة ونجاحها، والأهم، ساهم في الحفاظ على ولاء المستخدمين، فلم يتعاملوا مع شركات أخرى بعدما تعرفوا على ألينوير، كما يخبرنا مايكل جارتنبيرج، نائب رئيس شركة جوبيتر للأبحاث.

بعد مرور عشر سنوات على هذه البداية الصعبة، أصبحت شركة ألينوير، المتخذة من مدينة ميامي الأمريكية مركزاً لها، من أشهر الشركات في عالم ألعاب الكمبيوتر، محققة مبيعات سنوية قدرها 172 مليون دولار في عام 2005 ومتوقع لها تحقيق مبيعات سنوية قدرها 225 مليون في 2006 (خاصة بعد أن اشترتها شركة دِل Dell في مارس 2006)، وأصبح نيلسون وأليكس من مشاهير الشخصيات في عالم عتاد ألعاب الكمبيوتر.

لقد نجحا في أمر أعرضت عنه كبريات الشركات المصممة والمصنعة للحواسيب، وهاهي اليوم اتش بي ودِل تنتجان حواسيب مخصصة فقط لألعاب الكمبيوتر، وهاهي إنتل تنتج طراز من مُعالج بنتيوم4 مخصص بالأكثر للألعاب.

بدأت الشركة مؤخراً في تصميم أجهزة تناسب شركات الأعمال والاستوديوهات والفيديو الرقمي، والتي تبدو في مظهر تقليدي أكثر منه فضائي، لكن 80% من مبيعات الشركة لا زالت تأتي من عشاق ألعاب الكمبيوتر. أكثر ما يميز ألينوير عن غيرها من خضم الشركات المنافسة هو بلا شك الإبداع الفريد! لقد كانت الحواسيب النقالة مشهورة بعجزها عن تحمل ألعاب الكمبيوتر كثيرة المطالب، حتى غيرت ألينوير ذلك، باقتدار.

**الفاشلون يفكرون فقط في عواقب الفشل،**
**بينما يفكر الناجحون في مزايا النجاح**

# 12- قاهر مرض السرطان



حين رقد أنتوني برجيز على أرضية الفصل الذي كان يعمل فيه كأستاذ ومدرس، علِم وقتها أنه نال كفايته من هذه الوظيفة، وأن الوقت حان ليتابع ما يهوى عمله، وهو ظن وقتها أن هذا كان سبب استمراره في الرقود على الأرض، بعدما أصابه الدوار وسقط.

جاء تشخيص الأطباء الأولي أن أنتوني مصاب بورم سرطاني خبيث، سيترك له على الأرجح قرابة العام أو أقل ليعيش. لم يكن أنتوني في بحبوحة من العيش، رغم أنه زار قسماً كبيراً من البلاد والأقطار، ولذا جلس يفكر فيما سيتركه لزوجته –زميلة دراسته الجامعية - من بعده، ولم يجد أنتوني حلاً أفضل من أن يجلس ويكتب ويؤلف رواياته وقصصه، لتستفيد هي من عوائد بيعها بعد موته. لقد كان عمره وقتها 43 سنة.

حين انتهت مهلة العام، كان أنتوني قد انتهى من تأليف خمس قصص ونصف، لكنه لم يمت كما كان متوقعاً له! لقد ضمر الورم السرطاني حتى اختفى، وتحول الأطباء للظن بأن تشخيص أنتوني ربما كان خاطئًا. حتى وفاة أنتوني عن 76 عاماً، كان قد ألف أكثر من 70 قصة ورواية، ونشر ما لا يحصى من المقالات الصحفية، بأسماء كثيرة مختلفة ومستعارة، ما جعل حصرها صعباً. كان ميلاد أنتوني في عام 1917 في مدينة مانشستر الإنجليزية، لأب يعمل كصراف، وكعازف بيانو في أوقات الفراغ. توفيت أم أنتوني بعد ميلاده بعامين في وباء الأنفلونزا في عام 1919، فتولت قريبة له تربيته، ومن بعدها زوجة أبيه.

اشتهر أنتوني بأنه علم نفسه بنفسه، و تمحورت دراسته الجامعية التي بدأها عام 1937 في جامعة فيكتوريا بمانشستر حول اللغة الإنجليزية وآدابها، وهو تخرج منها في عام 1940. الطريف والعجيب في الأمر، أن رغبة أنتوني الأولى كانت دراسة الموسيقى، لكن درجاته المتدنية في الرياضيات (والتي كانت مطلباً أساسياً وقتها) حالت بينه وبين دراسة ما يحب! مثله مثل أقرانه، كان لأنتوني مشاركته في الحرب العالمية الثانية، حيث عمل ضمن فرق الإسعاف، ما جعله يتنقل بين بلاد كثيرة، لكن الطريف أن حبه للموسيقى لم يخبو، إذ أدار خارج أوقات القتال فرقة موسيقية عسكرية للرقص –ضمن النشاط الحربي للترفيه عن الجنود.

تعرف أنتوني في الجامعة على زميلة دراسة شابة تدعى لين، صارت زوجاً له في عام 1942، لكن هذا الزواج لم يُقدر له أن يثمر أطفالاً. الغريب أن زوجته كانت ذات طباع صعبة، رغم ذلك فإنها دفعته وشجعته ليصبح كاتباً، كما تركت عليه آثاراً جعلته لاذع النقد ساخر اللهجة في بعض الأحيان. ماتت لين في عام 1968 بمرض التليف الكبدي بسبب شرب الكحوليات.

بعدما وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها، تحول أنتوني للعمل في جامعة برمنجهام ووزارة التعليم، وكان يؤلف القصص بشكل متقطع، حتى انتهى من أول رواية له في عام 1949، سماها رؤية المعركة، والتي لـم ينشرها إلا في عام 1965. في عام 1954 سافر أنتوني للتدريس في مالاي وبروناي، ما سمح له بتأليف ثلاث قصص بنهاية عام 1959، العام الذي أصابه فيه الدوار المفاجئ وجعله طريح أرضية الفـصل الدراسـي فـي جامعة سلطان عمر علي سيف الدين في بروناي، ومن بعده وهب أنتوني حياته بالكامل للتأليف والكتابة.

هذا التحول جعله يرتحل ما بين مالطة، إيطاليا، أمريكا، موناكو، وبحلول عام 1964 كان قد انتهى من تأليف 11 قصة. تميزت كتابات أنتوني بالسخرية وتحولت بعض قصصه إلى أفلام سينمائية، ولعل أشهر قصـصه البرتقالة المنتظمة (A Clockwork Orange) التي تدور في المستقبل في العاصمة لندن. اشتهر أنتوني بأنه يكتب كل يوم ما لا يقل عن ألف كلمة، وهو تمكن في النهاية من تأليف قطع موسيقية سيمفونية وأوبرالية وللباليه، وتزوج مرة أخرى بعد وفاة زوجته، حتى حانت منيته في عام 1993، عن عمر ناهز 76 عاماً، بمرض سرطان الرئة (ذلك أنه كان شره التدخين!)، وهو ألف رواية بأكملها على سرير مرض الموت.

للأسف، شاب قصة حياة أنتوني العديد والعديد من العادات الرذيلة والسيئة والتي أعلنها على الملأ، لكن هذا لا ينال من غاية سرد هذه القصة، وعلينا أن نأخذ الطيب، ونترك ما عداه.

**الدروس المستفادة:**

- كم من المصائب حلت بنا، وكم منا حوّل هذه المصائب إلى تحـولات جذريـة مفيدة في حياته.
- كتابة ألف كلمة على الأقل في كل يوم كانت العادة التي استمر عليها أنتوني، ولعلها فكرة جيدة لمن يريد أن يصبح كاتباً في المستقبل.
- لم يفت شيء في عضد أنتوني، إذ رغم نجاحه الأدبي، ألف قرابة ثلاث سيمفونيات موسيقية، ليشبع هوايته الأولى، التي لم يستطع دراستها والتعمق فيها.

# 13- هل تريد أن تصبح مليونير؟

نظر الطفل الأمريكي الأسمر ذو الست سنوات، إلى أمه المريضة وهي تعمل بكد كي تعيل أسرتها الفقيرة، وهو كان يخلد للنوم وهي مستيقظة، ويقوم من نومه ليجدها مستيقظة تعمل، فقرر مساعدتها بأي سبيل كان، فتفتق ذهنه عن فكرة بيع عبوات كريم البشرة مقابل دولار ونصف، وكان زبائنه من الجيران وسكان المنازل المحيطة. في سن السابعة طبع لنفسه بطاقة (كارت) كتب عليها مدير القرن الواحد والعشرين. في سن الرابعة عشرة كان قد حقق مليونه الأول.

بعدما هاجمت نوبة قلبية ثانية والدته بسبب الضغوط العصبية، قرر "فارح جراي" أن عليه فعل أي شيء لمساعدة أمه التي تولت وحدها تربية وتنشئة ثلاثة أولاد صغار. رغم أن المنطقة الفقيرة التي يقطنوها كانت تعج ببائعي المخدرات والهوى، إلا إن جراي أدرك أن هذه ليست الطريقة الصحيحة، ولم تزده كل الصعاب من حوله سوى إصراراً على النجاح، إن أمه بحاجة لذلك، وهو أراد تحسين مستوى العائلة كلها.

استقر في ذهن جراي أن الشراء بالجملة والبيع بالقطاعي هو السبيل للحصول على الربح المشروع، لقد فهم هذه الجزئية من طريقة عمل بيع المخدرات في حيه الفقير العنيف. تعرف جراي على معلمه ومرشده روي تاور، والذي علمه أنه ما دام نجح في تحقيق ربح قدره 50 دولار اليوم، فإن بإمكانه ربح المليون في يوم ما. لم تعرف طفولته أي دِعة أو نعومة، فعندما أراد شراء حقيبة أعمال له، لم تتمكن أمه من توفيرها له، فما كان منه إلا أن حوّل صندوق طعامه المدرسي ليصبح حقيبة أعماله الخاصة، كما استعار رابطة العنق الرخيصة الخاصة بأخيه ليبدو كرجل أعمال محترف. لم يكن جراي ولداً صغيراً، بل كان رجلاً صغيراً كما تروي عنه جدته.

ذات يوم طُلب منه إلقاء خطبة، فبدأ بالتدرب على أفراد عائلته، الذين استمعوا له كما لو كان أستاذ جامعياً أو عالماً ضليعاً. في سن الثامنة أسس جراي منتدى أعمال لأبناء الحي الشرقي الفقير في مدينة شيكاغو، عمّد من خلاله للحصول على تبرعات عينية ونقدية: عينية في صورة حضور الناجحين لرواية قصص نجاحهم لأولاد الحي، ونقدية في صورة تبرعات استثمرها الفتي الأسمر بما ينفع أولاد الحي.

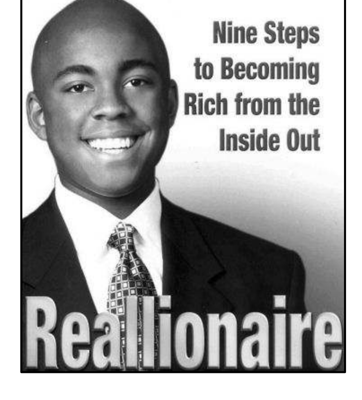
حصل جراي على 15 ألف دولار تبرعات لهذا المنتدى، عبر استخدامه لأسلوبه المبتكر: أرشدني إلى خمسة يمكن لهم أن يوافقوا! تعرض جراي لمرات رفض لا حصر لها، لكنه لم ييأس أو يخنع، بل تقبل الرفض بروح عالية، وهو كان يطلب من رافضيه أن يرشدوه إلى خمسة أشخاص يمكن لهم أن يشتروا منه ما يبيعه.

استثمر جراي نقود التبرعات التي جمعها في مشاريع بيع المشروبات الغازية والحلوى، لكنه لم يتمكن من الحصاد، إذ أن حالة أمه الصحية ساءت، ولذا تعين على الأسرة الانتقال لبلدة أخرى حيث حصل أخوه الأكبر على وظيفة أفضل، فانتهى به المطاف في مدينة لاس فيجاس. لكن القدر ابتسم للفتى الأسمر الذي كاد يتم

العاشرة من عمره، إذ أتيحت له الفرصة للتحدث في برنامج إذاعي، بسبب خبرته وقدرته الطبيعية على الخطابة.

لأدائه التلقائي، تم تعيين جراي كمذيع مساعد في ذات البرنامج الذي بلغ عدد المستمعين له قرابة 12 مليون مستمع. لم تمر سوى سنتين إلا وكان جراي خطيباً مفوهاً يطلبه الناس والمجلات والصحف والتليفزيونات لإلقاء الخطب، مقابل خمسة إلى عشرة آلاف دولار في الخطبة الواحدة. أراد جراي استثمار نقوده تلك في مشروع ناجح، وهو أراد ممارسة نشاط سبق له العمل فيه، وحيث أنه اعتاد مساعدة جدته في طهي الطعام، لذا قرر وعمره 13 سنة تأسيس شركة بيع أطعمة في مدينة نيويورك، لكنه قرأ قبلها كتاباً عن التسويق، ونفذ ما جاء فيه فصلاً بعد فصل.

قام جراي بطهي الحساء، ثم قام بصبه في زجاجة، ثم أرسلها لمصنع تعليب، ثم انطلق يبحث عن خبراء في هذه الصناعة ليتعلم منهم. وسنه 14 سنة تحول الفتي الفقير إلى مليونير، بعدما حققت شركته مبيعات فاقت المليون ونصف دولار. لم يتوقف نشاط جراي عند هذا الحد، إذ أنشأ شركة لبيع بطاقات الهاتف سابقة الدفع وأخرج برنامج حواري إذاعي موجه للمراهقين واشتري مجلة وأنتج برنامجاً فكاهياً كوميدياً ناجحاً. لم يقف جراي عند المكسب المادي، إذ أسس جمعية خيرية حملت اسمه موجهة لتقديم خدمات ومساعدات للشباب كي يبدءوا أعمالهم التجارية.




رغم عيوب المجتمع الأمريكي - التي لا يجب أن نركز عليها وحسب - لكن مواهب الفتى لم تدفن فيه، إذ تمت دعوته للانضمام إلى عضوية الغرف التجارية وانخرط في منحة دراسية مدتها ثلاث سنوات وعمره 15 سنة. لنجاحه الباهر تلقى دعوة لمقابلة الرئيس الأمريكي بوش وزيارة الكونجرس الأمريكي وأصبح عضواً فخرياً في العديد من المجالس التجارية.

وسنه 19 عاماً بدأ جراي في تأليف كتابه: "**هل تريد أن تصبح مليونير؟ إليك تسع خطوات تعينك على ذلك**" أو ما أسماه هو "Reallionaire" وهذه الخطوات التسعة هي:

1. لا تخش الرفض، فالغزالة الجريحة تقفز مسافات أطول.
2. تفهم القوة خلف الاسم.
3. اجمع فريقاً من المُعلمين والمرشدين الناجحين حولك.
4. استغل كل وأي فرصة.
5. امض مع التيار... لكن اعرف إلى أين تريد الذهاب.
6. كن مستعداً نفسياً لتقبل الفشل والوقوف بعد الوقوع.
7. خصص وقتك لما تعرفه.
8. أعشق عميلك وزبونك.
9. لا تقلل أبداً من قوة شبكة المعارف والعلاقات.

أصبح هذا الكتاب من أفضل الكتب مبيعاً في أمريكا خلال صيف عام 2005، وخلال أسابيع قليلة من طرحه في الأسواق، وحصل على الثناء والمديح من مشاهير الشخصيات المحترمة في المجتمع الأمريكي، بدءاً بالرئيس الأمريكي بيل كلينتون، ومروراً بآخرين مثل بيير سولتون ومارك فيكتور هانسن.
هل للقصة نهاية سعيدة؟ تعاني أخت جراي من مرض سرطان الدم (لوكيميا) وهي في حاجة ماسة لزرع نخاع عظام، ولم يحدث تطابق مع نخاع أفراد عائلتها، ورغم مرور العام تقريباً، لكن أخته لم تجد المتبرع المناسب حتى الآن، أنه أمر لا يستطيع دفتر شيكات جراي التكفل به. نشاط جراي التجاري الحالي هو العقارات، وهو حصل على دكتوراه فخرية تقديراً لتاريخه الحافل.

**الدروس المستفادة:**

- لم يسخر المجتمع من محاولات الطفل الصغير لاقتحام عالم التجارة بل ساعدوه، ولم يرفض رجال الأعمال المشاركة بخبراتهم وأوقاتهم وأموالهم مع أطفال الحي.
- تشجيع المجتمع الأمريكي الشديد للناجحين ولو كانوا صغاراً أو سوداً.
- النجاح المالي لا يعني التخلي عن مساعدة الغير.
- لم ييأس أبداً، ولم يتوقف عن التعلم من الغير.

# 14- النجاح يأتي بعد سنين

كانت ولادة جورج دي ميسترال في مدينة نيون السويسرية (تقع ما بين مدينتي جنيف ولوزان) في عام 1907. وعمره 12 عاماً، صمم جورج لعبة -على شكل طائرة- قام بتسجيل حقوق الملكية الفكرية لها، وهو تخرج كمهندس كهربائي من أفضل كليات التقنية في أوروبا كلها. كانت هواية جورج في أوقات فراغه تسلق أعالي الجبال مع كلبه، وذات يوم في بدايات عام 1940، لاحظ جورج كيف علقت البذور بحذائه وبنطاله، وكذلك بفراء كلبه.

لم يكن جورج من أولئك الذين يقفون عند حدود الشكوى، إذ وضع هذه الحبوب الملتصقة تحت عدسة المكبر البصري (ميكروسكوب) وعرضها للفحص كي يفهم سر هذا الالتصاق الشديد، ووجد أن سببه الأطراف المحدبة للبذور، والتي أطبقت بقوة على خيوط الصوف الدقيقة والملتفة فاشتبكت معها. خلف العدسات، هبط عليه الإلهام: هذه الآلية في التشبيك القماشي لهي من القوة والسهولة بحيث تهدد عرش اختراع السوستة (Zipper). كعادة المشاريع الناجحة في بدايتها، **قوبلت فكرة جورج بالرفض والسخرية والاستهزاء**، لكنه صمد ورائها بالعمل والجهد المتصل لمدة ثمان سنوات، جرب فيها العديد من طرق تصنيع الخطاطيف والخيوط الملتوية من القماش.

كعادة بلده سويسرا، انخرط جورج في الخدمة العسكرية الإلزامية -على فترات متغايرة- من سن 20 وحتى 55 سنة، ما جعله ضابط مدفعية يرابط على الحدود الفرنسية والنمساوية. اشتق جورج اسم فلكرو الذي اختاره لقماشه السحري من كلمتين فرنسيتين: فالور (بمعنى إستبرق/قطيفة) وكروشيه (خطاف/الطرف المعقوف)، ونجد اليوم أن هذه الكلمة تحولت لتصبح مقبولة في اللغة الإنجليزية مثل كلمة فاكس وغيرها. عبر التجربة والتعلم من الخطأ، توصل جورج إلى أن خياطة مادة نيلون مع تعريضها للأشعة تحت الحمراء يجعلها ذات أسنان معقوفة وحادة، وبذلك توصل لطريقة تصنيع قماش الخطاطيف.

كان هذا الاكتشاف مجرد بداية الطريق، إذ احتاج جورج لوضع 300 خطافاً في مساحة بوصة مربعة من القماش. في الوقت ذاته استعان جورج بصديق له يعمل نساجاً في مصنع أقمشة في مدينة ليون الفرنسية، حتى تمكن من إتقان إنتاج شريطي القماش - بعد مرور ثماني سنين من الاختبارات والتجارب المضنية. أخيراً في عام 1955 تمكن جورج من تسجيل اختراعه، بعدما أسس شركة فلكرو لتصنيع قماش فلكرو الجديد.

انحدر جورج من عائلة غنية، ولذا باع شركته في أوج نجاحها وحقوق اختراعه، ومضى يفكر ويبتكر ويخترع، لكن فلكرو كان الأشهر وسط قائمة اختراعاته. كرّس جورج حياته بعدها لمساعدة أقرانه من المخترعين على تسجيل حقوق ملكية اختراعاتهم، ومن ثم تحويلها لمشاريع ناجحة.

اليوم، يقع المركز الرئيس لشركة فلكرو العالمية في الولايات المتحدة الأمريكية. رغم أن النموذج الأولي اعتمد على مادة نيلون، لكن اليوم تُصنّع فلكرو من البلاستيك والصلب والفضة، وجرى استخدام الفكرة في عدد لا حصر له من التطبيقات أشهرها في رحلات برنامج الفضاء الأمريكي. أخيراً توفي مخترع فلكرو في عام 1990 في بلده سويسرا.

**الدروس المستفادة:**

- كم من المشاكل والمنغصات والعقبات واجهتك؟ وكم منها حولتها لفكرة ناجحة مثل فلكرو؟
- هل تأخر نجاحك؟ ما رأيك في ثماني سنين من التجارب المستمرة؟

# 15- جمهورية القهوة

جاء في الخبر أن **سحر هاشمي** كانت أول من تحدث في مؤتمر الجمعية الدولية للدعاية والإعلان المقام في دبي في شهر مارس 2006، فمن هي سحر هذه؟ وما أهميتها حتى تكون أول من يتحدث في هذا المؤتمر؟ سحر هاشمي إيرانية الأصل، من مواليد عام 1968، وهي رحلت عن إيران مع أهلها في سنة 1980، عقب اندلاع الحرب العراقية الإيرانية، إلى إنجلترا. تعلمت في المدارس الإنجليزية واختارت المحاماة مهنة لها، ومضت حياتها رتيبةً حتى توفى والدها فجأة في عام 1994 فقررت الاستقالة من عملها والسفر إلى الأرجنتين لتقضي 5 شهور في تعلم الأسبانية.

بعدما عادت سحر من حدادها إلى إنجلترا، بدأت رحلة البحث عن عمل، ومرت عليها فترة طويلة دون أن يصادفها التوفيق، حتى قررت في شهر نوفمبر من العام ذاته أخذ إجازة طويلة لزيارة أخيها (بوبي) في نيويورك، حيث كان يعمل استشاري استثمارات في أحد البنوك. وبينما هي جالسة في مقهى أمريكي تنتظر وصول قهوتها مع بعض الكعكات خالية الدسم، جال بخاطرها كم هي مشتاقة إلى هذه القهوة الأمريكية وتفتقدها، وتساءلت لماذا لا تجد مثل هذه القهوة في إنجلترا حيث اعتادت أن تعيش وتعمل؟

عصفت الفكرة الجديدة برأس سحر، وأشركت أخاها بوبي في الأمر، وهو كخبير يعرف الأفكار العبقرية من على بُعد، قرر مشاركتها وتمويل مرحلة الأبحاث الأولية حتى حلول وقت التنفيذ الفعلي.

عادت بعدها سحر إلى لندن لتقضي الساعات تلو الساعات وهي تنتقل من مكتبة لأخرى، تطالع كتب تشرح كيفية بدء المشاريع الجديدة، وجاءت عليها فترة مرت فيها على كل مقاهي لندن، في كل شارع وحدب وصوب، تدرسهم وتقارن بينهم حتى وصلت لنتيجة مفادها أن أهل العاصمة لندن لا يحصلون على قهوة عالية الجودة، وهذا ما برر شعورها الدائم بعدم قدرتها على العثور على فنجان قهوة طيب المذاق قوي التأثير خلال عملها في العاصمة الإنجليزية.

بينت دراستها كذلك أن الإنجليز باتوا يشربون كمية أقل من الشاي، في مقابل المزيد من القهوة، وعللت ذلك بسبب زيادة حجم الأسفار والأعمال مع الشركاء الأوروبيين وغيرهم ممن يعتمدون بشكل أكبر على القهوة. فكرة سحر الجديدة قابلها الرفض من 19 مؤسسة تمويلية رفضت الإيمان بجدوى مثل هذه الفكرة (الطائشة وقتها). تروي لنا سحر عن صعوبة مرحلة البدء هذه قائلة: "حين بدأنا لم يكن هناك هذا الكم من المعلومات والمساعدات المتوفرة اليوم، **لقد بذلنا جهداً شاقاً كي نقنع أنفسنا وأصدقائنا وممولينا والموردين والمستهلكين والجميع بجدوى الفكرة**، لقد كان الأمر بمثابة تسلق مرتفع حاد، بل لقد كان تحدياً كبيراً".

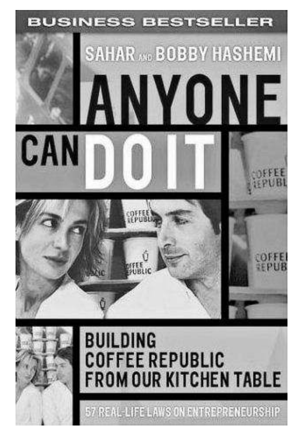
في النهاية وافقت وزارة التجارة والصناعة الإنجليزية على إقراض المشروع الجديد مبلغ 75 ألف جنيه إسترليني، وفي نوفمبر 1995 (بعد مرور عام على ورود الفكرة لسحر) كان افتتاح أول مقهى جمهورية القهوة Coffee Republic في شارع ساوث مولتون.

اعتمدت مقاهي جمهورية القهوة على تقديم أكثر من نكهة قهوة تلائم الرغبات المختلفة للشاربين، من قهوة ذات زبد كثيف لأخرى بدون، ومن تلك بطعم الموكا لتلك بنكهة العسل والقرفة. رغم التنوع الكبير في المعروض من نكهات القهوة، لكن البداية كانت صعبة للغاية، فلقد نظر رواد المقاهي بعين الاستغراب لهذا المقهى الجديد، كما أن العثور على العمالة الكفؤة كان صعباً، وأصعب منه الحفاظ عليها.

**لم يكن الانسحاب أو الاستسلام من الأشياء الواردة على ذهن الأخوين**، لذا قررا أن يستعينا بشركة علاقات عامة كي تتولى الدعاية لهما، وكان من نتيجة ذلك نشر بعض التقارير الصحفية الإيجابية.

جاء ربيع 1996 بالمزيد من الأعمال والأشغال للأخوين، وفي ديسمبر 1996 كان افتتاح المقهى الثاني في وسط لندن، ما دفعهما في أكتوبر 1997 لتحويل مشروعهما إلى شركة مساهمة وطرحا الأسهم في البورصة، ما عاد عليهما بمبلغ 8.5 مليون جنيه إسترليني، تم توجيهها لمزيد من التوسع والانتشار. كانت الأمور تمضي على ما يرام، وتتذكر سحر سعادتها البالغة حين رأت أول عميل يرحل ومعه قدح قهوة يحمل اسم المقهى في يديه.

في يوليو 2000 تم طرح المزيد من الأسهم، ليجمعا 20 مليون جنيه إسترليني، تم توجيهها في افتتاح 40 مقهى جديد في عام واحد، ليصبح إجمالي عدد المقاهي 82 مقهى خلال خمس سنوات من تاريخ البدء ، تناثرت في أكبر المدن الإنجليزية، وعمل فيها أكثر من 800 موظف. شيئاً فشيئاً بدأ الأخوان يعتمدان على المدراء في إدارة الجمهورية، وبدأت سحر تركز على زيارة مقهى كل يوم في الصباح، حيث تقضي ساعة كاملة، كمرتاد تقليدي، تراقب فيها الجودة؛ جودة المعاملة وجودة المنتج.




تؤكد سحر أكثر من مرة قائلة: "هدفنا هو التأكد من أننا لم نتحول لشركة عملاقة مترامية الأطراف، **فننسى كيف ولماذا أقمنا هذه الشركة**". تؤكد سحر أن عملها السابق كمحامية ساعدها كثيراً، حيث كانت تسدي النصح لكثير من العملاء، لكنها كانت تطمح لأن ترى ثمرة هذا النصح والمجهود بنفسها.

في عام 2001، تنحت سحر عن دورها في الجمهورية (التي كانت تدر 30 مليون جنيه إسترليني سنوياً) لتتحول إلى الكتابة، فأخرجت لنا في يناير 2003 كتاباً يحمل اسم: "**الكل يستطيع أن يفعلها، كيف أسسنا جمهورية**

**القهوة من على طاولة المطبخ**" ليحل الأول في قوائم أكثر الكتب مبيعاً في إنجلترا، لعدة أسابيع، ونال الكتاب العديد من الجوائز والترشيحات، وتم تدريس بعض أجزائه في مدارس الأعمال الإنجليزية.

وقع الاختيار على سحر ضمن أكثر 100 سيدة ذات تأثير في المجتمع الإنجليزي، ونالت العديد من الألقاب واحتلت صورها العديد من أغلفة المجلات العالمية، ذات الطابع الأعمالي وغيرها، وتحدثت في الكثير من البرامج الإذاعية والتليفزيونية، وانتهت بالحديث في دبي في مارس 2006!

هل توقفت سيدة الأعمال الإيرانية عن الإبداع؟ رغم أنها أعلنت عدم نيتها للعودة لبدء مشاريع جديدة، لكن الطبع غلاب وها هي تبدأ مشروعاً جديداً: كعكات خالية من الدهن ومن السكر ومن كل ما له علاقة بزيادة الوزن. بكونها سيدة تحافظ بكل قوة على رشاقتها، فهي وجدت نقصاً في السوق الإنجليزية تجاه الحلويات خالية السكر والدهن والسعرات، لذا بدأت عملية البحث من جديد، واتفقت مع الموردين، ثم بدأت منتجات **سكِني كاندي** (أو الحلوى النحيفة) في الظهور في مقاهي جمهورية القهوة.

التحدي الجديد الذي تواجهه سحر هو قناعة الناس أن أي منتج يحمل اسم Diet (صحي/قليل السعرات) سيكون طعمه رديئاً وهذا ما تنوي سحر أن تغيره.

الخبرة هي ما تحصل عليه
عندما لا تحصل على ما كنت تريده

# 16- ترجمات جوركا زيلنينسكين

هل المرء منا يُولد بعقلية تجارية، أم أن الظروف المحيطة هي ما يدفعنا لتنمية هذه العقلية؟ في حالة جوركا الليتوانية (Jurga Zilinskiene) سنميل للشق الأول، فهي أظهرت النبوغ في عمر ست سنوات، حين عثرت على حبوب غلال كثيرة منسية في مخزن بيت العائلة، فما كان منها إلا أن أخذتها وذهبت للسوق لبيعها، فاصطف الناس أمامها للشراء منها، إذ كانت تبيع أكثر من 15 نوعاً من الحبوب والبقوليات، ولابد أنها كانت تبيع بسعر زهيد، حكماً على كثرة الزبائن الذين اصطفوا أمامها.

لم تقنع جوركا بإمبراطورية الحبوب التي كانت تبنيها بالتدريج، ولذا قررت وعمرها عشرة سنين التحول لتربية الحيوانات الأليفة وبيعها مع بعض المساعدة من عائلتها، وصحبت ذلك بشراء الحلوى وبيعها لزملاء دراستها. تلك ما نسميها إرهاصات النبوغ التجاري.

عندما بلغت 16 عاماً، بدأت جوركا في كسب مبالغ محترمة من المال، عبر استيراد الملابس الجاهزة من دولة الإمارات العربية وبيعها في بلدتها، وبعدها بعام كانت تدير سوبر ماركت صغيرا خاصا بها. تمكنت أثناء ذلك من أن تجد وقتاً كي تتزوج، لكنها كانت زيجة مريرة، دفعتها للانتقال للعيش في إنجلترا لدراسة القانون.

الدراسة الجديدة دامت لفصلين قبل أن تقرر جوركا أنها لا تريد العمل كمحامية، لكنها –رغم ذلك- كانت معجبة بدراسة القانون، والتي فادتها كثيراً في أعمالها فيما بعد، خاصة في مجال الترجمة –مجالها الحالي- إذ أن 80% من أعمال الترجمة تأتي من مؤسسات قانونية ومكاتب محاماة.

أسست جوركا في أغسطس 2001 شركتها للترجمة وأسمتها Today Translations (ترجمات اليوم) وفي خلال فترة وجيزة كانت قد أمنت لشركتها أكثر من مائتي عميل، وأصبحت تدير جيشاً جراراً من اللغويين والمترجمين والمحررين والمدققين (1500 موظف)، الذين يترجمون ما بين أكثر من 160 لغة، بداية بالعربية وانتهاءً بلغة يوربا.

جوركا لديها هدف تركز عليه بكل قوتها، يتلخص في مضاعفة عوائد شركتها عاماً بعد عام، ولا يبدو ذلك مستحيلاً إذا أخذنا في الاعتبار أن الشركة تدر 900 ألف دولار سنوياً في الوقت الحالي، بعد مرور خمس سنوات على بدء مشروعها للترجمة.

قصة نجاح جوركا ليست بالتي تمر عليها مرور الكرام، فهي بلغت ما بلغته دون أن تقترض فلساً خلال مشوار حياتها، وهي تفخر بذلك قائلة: "ما استثمرته في أعمالي جاء بالتدريج، حتى بلغ أقصى ما ادخرته يوماً 20 ألف دولار، جمعتها بمجهودي وعرقي وكدي ومن عوائد أعمالي. لم اقترض يوماً من أي بنك، مما

قد يدفع البعض للظن بأني من الطراز القديم، أو لا أتماشى مع متطلبات عالمنا اليوم، لكني أؤمن بالقدرة الذاتية للأعمال على النمو". (هذه القدرة الذاتية على التمويل يُطلق عليها بوتـستراببنج أو Bootstrapping)

كعادتها في اكتشاف الفرص الاستثمارية السانحة، منذ حولت الحبوب المهملة لنقود ثمينة، رأت جوركا أن هناك فرصة سانحة في مجال أعمال الترجمة في المملكة المتحدة (إنجلترا)، هذا إن تم تقديم هذه الخدمات بشكل شخصي احترافي.

لم لا وهي قد عملت مترجمة فورية في وقت من الأوقات، خاصة من وإلى اللغة الروسية، لكنها رأت أن العمل في الترجمة الفورية لا يسمح لها بحسن إدارة وقتها، كما شعرت بأن هناك فرصة سانحة لبدء نشاط تجاري يقدم خدمة الترجمة بشكل شخصي يختلف عما تقدمه بقية شركات ومكاتب الترجمة.

الوقت الحالي هو العصر الذهبي لخدمات الترجمة، فالجيش البريطاني يتخبط في متاهات أرض العراق، ومترجموه يتساقطون مثل حبات انفرط عقدها، حتى أن الجيش البريطاني بدأ في تعيين من يخطون خطواتهم الأولى في تعلم وفهم اللغة العربية من البريطانيين. مثال آخر على قوة إرادة هذه الفتاة، التي تعلمت البرمجة بنفسها كي تحول فكرتها للترجمة عبر إنترنت إلى أمر واقع، بعدما أكد لها الكثيرون من المبرمجين استحالة تنفيذ ما تفكر فيه.

أرادت جوركا تصميم قاعدة بيانات بشكل خاص، وهي استشارات عشرة شركات متخصصة، خذلوها جميعاً، فما كان منها إلا أن استأجرت مدرب برمجة فيجوال بيسك لها وحدها، لكن حين أخبرها هذا المدرب استحالة برمجة وتصميم ما تتدرب من أجله، اشترت كتاباً وانكبت تقرأ وتفكر وتجرب حتى تم لها ما أرادت. **لقد فعلتها بنفسها!**

**لكي تصل إلى كنزك،**
**عليك أن تدفع الثمن،**
**وأن تمضي في الطريق إلى آخره**

# 17- قصة نجاح ايه تي آي ATi

بطلنا عزيز قوم ذل، اسمه **كوك يون هو (Kwok Yuen Ho)**، المولود في عام 1950 لأسرة كانت ذات عهد سابق بالثراء، فقدته على يد الثورة الصينية الشيوعية. عاش -من كان متوقعاً له رغد العيش- طفولته في فقر مدقع.



كان كوك أصغر أفراد عائلته، وقضى شبابه في بيع الخضروات التي كانت عائلته تزرعها في حديقتهم. اضطر والده -تحت ضغط تكاليف العيش- لأن يهاجر إلى هونج كونج ليعمل في مصانعها، حيث أخذ يرسل ما توفر له من دراهم معدودة إلى عائلته لتبقي أودهم. في عام 1962 اجتمع شمل الأسرة الكبيرة مرة أخرى في مدينة هونج كونج، في شقة من غرفة واحدة.

موعد كوك الأول مع طريق النجاح كان حصوله على منحة دراسية في جامعة شينج كونج التايوانية، خصصها لدراسة الهندسة الكهربية. بعدما تخرج في عام 1974، تمكن من العمل في شركات كنترول داتا ثم فيليبس ناشيونال، وأخيراً شغل وظيفة المدير العام لشركة إلكترونيات ونج، والتي ازدهرت في تصنيع وتجميع أجهزة الكمبيوتر.

في عام 1984 هاجر كوك إلى كندا، إلا أنه وبالرغم من خبرة عقد من الزمن ودرجاته العلمية المرموقة، لم يجد كوك وظيفة في المهجر تضاهي تلك الوظائف التي شغلها في هونج كونج.

في حياة كل ناجح لحظات يأس وقنوط، يحولها الأمل إلى لحظات ميلاد النجاح. قرر كوك مشاركة بنِي لوْ و لِي لوْ، خريجا جامعة تورنتو وأصحاب شركة كمبيوتر ناجحة (كوم واي). قرر الثلاثة وضع كل شيء على المحك، قرروا وضع كل مدخراتهم ومدخرات أصدقائهم وأقاربهم، لتأسيس شركة تصنيع مكونات أجهزة الكمبيوتر، 300 ألف دولار من أجل تأسيس شركة Array Technologies Industry أو ايه تي آي اختصاراً. أول منتج للشركة الناشئة كان بطاقة ترقية تزيد ذاكرة الكمبيوتر وتضيف له مخرجا تسلسليا وآخر للطباعة.

تغير اسم الشركة بعد ذلك إلى Array Technologies Inc. ثم إلى ATi Technologies Inc. أو ما يمكن تسميته "تقنيات المصفوفة"، وهذا الاسم كان يرمز إلى الطريقة المتبعة وقتها في تصنيع الشرائح الإلكترونية، وغني عن القول بأن هذه التقنية استبدلت بعدها بتقنيات أخرى أحدث منها، لكن الاسم بقى كما

هو! الجدير بالذكر أنه في هذا الوقت من طفولة صناعة الحواسيب، كانت بطاقات العرض أحادية اللون، فلقد احتاج الأمر الانتظار حتى عام 1986 لخروج أول بطاقة عرض ملونة إلى الأسواق.

انتهزت ايه تي آي الفرصة، وطرحت بطاقة عرض أسمتها في آي بي وهي وفرت إمكانية الجمع ما بين كل المعايير المتبعة في المنتجات الأخرى المتوفرة في السوق. لقد كانت الشركة تتلمس طريقها لتتخصص في تصنيع الشرائح الإلكترونية المسئولة عن كل ما يتحرك على شاشة الكمبيوتر -أو ما نسميه اليوم بطاقات العرض- والذي جاء لسبب بسيط: وقتها كانت تلك البطاقات من البساطة بمكان بحيث يمكن لرأس المال المجموع أن يؤسس شركة تصنيع يمكن لها أن تنجح.

هذا القرار كانت من بنات أفكار كوك وكان عام 1987 بداية التركيز الكامل على هذه الفكرة، خاصة مع إطلاق بطاقتي ايجا وندرز وفيجا وندرز لحواسيب آي بي ام. بدأت شركة ايه تي آي بقوة ستة موظفين فقط. كونها شركة كندية ناشئة (مجهولة) جعل مصنعي أجهزة الكمبيوتر مترددين في التعامل معها. بعد مرور أربعة شهور كان رأس المال قد نفد بالكامل. تدخل بنك سنغافورة الوطني ليقرض الشركة الوليدة بعض المال (قرض قدره 300 ألف سرعان ما زاد إلى مليون ونصف) ما أكسبها بعض الوقت.

على الرغم من مشاكل البداية للشركة، لكنها كانت بحاجة لتصميم شريحة إلكترونية واحدة كي تنقذ الشركة من حافة الإفلاس. جاء الفرج حين وصلت طلب شراء من شركة كومودور التي كانت في أمس الحاجة لمن يمدها بشرائح رسومية وبسرعة. تمكنت ايه تي آي من تصنيع 7000 آلاف شريحة أسبوعياً وتسليمها لشركة كومودور، وبنهاية العام، كانت العوائد المالية بلغت عشرة ملايين دولار.

يتطلب النجاح دائماً مزج الإدارة المالية الذكية مع الإبداع التقني لتحقيق مبيعات تضمن استمرار الشركة مع استمرار الإبداع والاختراع. في عام 1994 أطلقت الشركة منتجها العبقري شريحة ماخ64 وسبب العبقرية أن هذه الشريحة كانت من القوة بحيث تستطيع عرض أفلام الفيديو على شاشة الكمبيوتر دون الحاجة لشرائح إلكترونية إضافية (في تلك الأيام، كان هذا الأمر أعجوبة).

مكنت هذه الشريحة كذلك من تشغيل الأفلام المضغوطة بنظام MPEG-1 على الكمبيوترات دون الحاجة لبطاقات ريل ماجيك غالية الثمن. هذه الشريحة كانت أساساً لكثير من الشرائح التالية الشهيرة والتي أصابت النجاح الكبير والشهرة فيما بعد، وساعدت الشركة على طرح بطاقات عرض تسمح بإدخال عروض الفيديو على الكمبيوتر ومن ثم تحريرها وتعديلها، مرة أخرى دون الحاجة لأجهزة متخصصة غالية الثمن.

في عام 1997 اشترت ايه تي آي شركة تي-سنج لابز، المتخصصة في تصنيع الشرائح الرسومية، ما ضم إليها 40 مهندساً متخصصاً. في عام 1998 تخطت عوائد الشركة المليار دولار، وتم اختيار كوك كرجل أعمال العام في كندا. في عام 2000 اشترت كذلك شركة أرت-اكس (الشركة التي صممت شريحة

الرسوميات لجهاز ألعاب نينتندو جيم-كيوب) ومنها دخلت في شراكة طويلة مع نينتندو نتج عنها تصنيع الشريحة الرسومية في منصة نينتندو لألعاب الفيديو ويي.

بعدها أعلنت مايكروسوفت تعهيدها تصنيع شريحة جهاز الأولى اكس بوكس360 إلى شركة إي تي آي. في عام 2002 طرحت الشركة أول معالج رسوميات مخصص لكمبيوتر الجيب وللهواتف النقالة. في عام 2004 تنحى كوك عن رئاسة مجلس إدارة الشركة، مع استمراره عضواً في هذا المجلس. في عام 2005 تم إعلان ايه تي آي كأكبر شركة تصنيع معالجات رسومية في العالم. أخيرا، تم الإعلان عن اندماج شركة ايه تي آي مع شركة أيه ام دي لتصنيع معالجات البيانات للحواسيب، في شركة واحدة يُتوقع لها الكثير.

لم ييأس كوك أبداً، ولم يتخل عن الإبداع من أجل تقديم حلول جديدة بأسعار اقتصادية، مع انتهاز الفرص لتكبير الشركة، ولم يلجأ لأساليب احتكارية في منافسته، على الأقل لم نقرأ عن ذلك.

سواء كنت تظن أنك قادر على اجتياز الصعاب أم لا، فأنت على صواب

هنري فورد

# 18- روبرت فويت، الطيار المبرمج

تعود بدايات دخول الكابتن طيار روبرت فويت في عالم إنتاج برمجيات الحاسوب إلى عام 1990 حينما كان عمره وقتها 30 سنة، ويعمل كطيار تجاري على طائرات نقل الركاب على خطوط شركة نورث ويست الأمريكية. استغل روبرت فترات راحته في متابعة هوايته الأولى: التصوير الرقمي. رغم أن عمل روبرت كان الطيران، لكن عشقه الأول كان علوم الحاسوب، وهو أحب تجربة البرامج التي كان تتيح له تعديل الصور الرقمية وطبع هذه الصور من خلال حاسوبه الخاص.

بفكرة بسيطة وبداية متواضعة، صمم روبرت برنامجاً بسيطاً حوى مجموعة من وظائف تحرير الصور رقمياً، وطرحه للتنزيل الإلكتروني بنظام المشاركة والتجربة في حقبة ما قبل شبكة إنترنت والتي سادتها النشرات الإلكترونية BBS، وهو دعا المستخدمين لتجربة البرنامج الذي سماه محل التلوين أو Paint Shop وعرض آرائهم ومقترحاتهم فيه عليه. [بداية البرنامج الشهير فوتو شوب كانت في عام 1989 - أي قبل بداية روبرت بعام واحد].

**كم كانت تكاليف بداية روبرت؟** فقط الورق والأظرف والطوابع، التي استخدمها لطباعة شيفرات Codes تسجيل برنامجه للمستخدمين الذين قرروا شراء البرنامج. عبر هذه الشيفرات، يتمكن المستخدمون من تعطيل رسالة في البرنامج كانت تذكرهم بضرورة شرائه.

رغم إشهار روبرت لشركته "برمجيات جاسيك" (اختصاراً لجملة: Jets And Software Company والتي عنت شركة الطائرات والبرمجيات) في عام 1991 في مدينة مينيتونكا في ولاية مينوسوتا الأمريكية، إلا إنه استمر في العمل كطيار تجاري لمدة أربع سنوات بعدها، وهو يقول عن هذه الفترة: "**كنت اذهب لأطير، ثم أعود إلى بيتي لأجد قائمة من طلبات التسجيل، لأقوم بالعمل على تلبيتها والرد عليها**". في أبريل من عام 1992، وظف روبرت مساعداً له يتولى الرد على الاتصالات الهاتفية، ومتابعة طلبات العملاء، ما أعطى روبرت فسحة أكبر من الوقت ليقضيها في البرمجة.

الإقبال على استخدام شبكة إنترنت وذيوع شهرتها كان ذا معنى واحد لنشاط روبرت: المزيد والكثير من الطلبات الإضافية. اعتماداً على مقترحات وآراء مستخدمي البرنامج، خرج روبرت بنسخة أحدث من برنامجه سماها برو (النسخة الاحترافية) واستمر في بيعها تحت مبدأ المشاركة والتجربة. يؤكد روبرت أنه **لولا انترنت التي ساعدته بقوة على تسويق وتوزيع برنامجه، لاحتاج منه الأمر للحصول على مبلغ مكون من ستة أرقام كي يتبع إستراتيجية تسويقية تحقق له ما حققته ثورة الإنترنت.**

على أن روبرت قرر في عام 1997 أنه بلغ مرحلة توجب عليه توزيع كتالوجات لبرامجه على محلات بيع البرامج، لتعمل كطريقة توزيع موازية للتوزيع عبر شبكة إنترنت. عندها كان بينت شوب برو قد ثبت

أقدامه ورسخها، إذ بلغ عدد المستخدمين المسجلين 80 ألفاً، وعدد الموظفين العاملين 40 موظفاً، وتجاوزت عائدات الشركة السنوية 6 ملايين ونصف دولار، كما حصد البرنامج التشجيع والمديح والشكر والعرفان من الصحافة ومواقع إنترنت المختصة.

رحّب الموزعون وشركات بيع البرامج بهذا القرار، ولذا لا عجب في أن يأتي ترتيب الشركة في عام 1998 عند المرتبة 161 في قائمة أسرع 500 شركة أمريكية نمواً، كما استمرت مبيعات الشركة في الازدياد حتى بلغت في نهاية هذا العام قرابة 17 مليون دولار أمريكي. في فبراير من عام 1998، قرر روبرت فويت التنحي عن منصب مدير الشركة مُفسحاً المجال لخليفته كريس تفتو والذي حوّل الشركة من مبتدئة إلى محترفة، ومن شركة قائمة على فكرة بسيطة إلى شركة تنافس عمالقة الشركات مثل أدوبي وكوريل.

علِم روبرت أيضاً في قرارة نفسه أن الشركة في حاجة لما هو أكثر من ذلك لكي تنافس بشكل أفضل في السوق، ولذا في عام 2004 أتم بيع الشركة بالكامل إلى شركة كوريل (المُصممة والمنتجة لبرامج مثل كوريل درو وبينت والمُطورة الحالية لحزمة برفكت أوفيس وغيرها الكثير، وهي كانت بدورها قد تم بيعها في العام الذي قبله إلى مجموعة استثمارية ضخمة).

في خلال عشرة سنوات، تحولت فكرة بسيطة إلى شركة كبيرة تحقق عوائد تفوق 30 مليون دولار، وهي اعتمدت على مقترحات المستخدمين وآرائهم للتطوير وتقديم كل ما هو جديد. اليوم تباع النسخة الكاملة من البرنامج بسعر 99 دولار للنسخة الإلكترونية، و109 دولار للنسخة الفعلية (قرص مدمج مع دليل استخدام في صندوق كرتوني) وأما سعر الترقية من إصدارة سابقة فهو قرابة 49 دولار.

إذا لم تبدو الفكرة سخيفة لأول وهلة، فاحتمالات نجاحها ضعيفة

آينشتين

# 19- أسطورة الإعلانات دوني دويتش



في عام 1983، التحق دوني دويتش (Donny Deutsch) بشركة أبيه الصغيرة للإعلانات المطبوعة في مدينة نيويورك، في ذات الوقت الذي كان أبوه يفكر في بيع الشركة لتقدمه في السن، لكن دوني الصغير نجح في إقناع أبيه بالعدول عن البيع، ولذا ترك الشركة لابنه الصغير، كي يديرها وفقاً للطريقة التي يريدها، وتقاعد الأب بعدها. اليوم، تتضمن قائمة عملاء شركة دويتش للإعلانات Deutsch Inc. شركات كبرى مثل جونسون، نوفارتيس، فايزر، ميتسوبيشي، وكذلك دعايات حملة بيل كلينتون للترشح للرئاسة الأمريكية في عام 1992.

يعترف دوني أنه كان محظوظاً لكون أبيه صاحب شركة إعلانات، ومحظوظاً أيضاً لأنه رغم استهتاره في فترة الصبا التي قضاها في مشاهدة التلفاز والحفلات والرياضة، لم تستغن عنه الشركات التي عمل بها أثناء دراسته رغم أنه لم يهتم كما يجب لشؤون العمل. تلك الوظائف قصيرة الأجل هي التي جعلت دوني يدرك أنه لا يريد أن يقضي حياته في مجال الاقتصاد أو المحاسبة، بل في الإبداع والفن. ذهب دوني لأبيه وقال له، دعني أعمل في ركن صغير في الشركة، ودعني أجلب زبائن جدد، وهكذا انطلق دوني يجلب العميل تلو العميل، وبدلاً من أن يستحوذ على شركة أبيه، بدأ وكالة دعاية جديدة داخل وكالة أبيه. بعدما كانت الشركة تبيع إعلانات مطبوعة، دخل دوني يدخل مجال إعلانات التليفزيون والحملات الإعلانية الشاملة.

تعتمد فلسفة دوني في العمل على اجتذاب وتوظيف الموهوبين صغار السن، خاصة من هم أكثر ذكاءً وبريقاً منه، وإقناعهم بالعمل معه ضمن الفريق، لفترات وصلت حتى 100 ساعة عمل في الأسبوع. يبحث دوني دائماً عمن هم على وشك الوصول لقمة عطائهم الفني والمهني، لا من بلغوا تلك القمة بالفعل، ويؤكد أنه يُعطي منصب الإدارة لمن يريد أن يصبح مديراً ناجحاً، ويجد في عينيه البريق الدال على إمكانية تحقيقه لذلك، وهو لن يعطيه لمدير سبق وحقق النجاح الذي يبحث عنه. ذات يوم اتصل مكتب دوني بمصمم إعلانات متقدم للعمل لديهم، ليعتذر المتصل عن عدم قدرة دوني على مقابلته، فأخبره المتقدم بأنه على دوني أن يذهب للجحيم، فما كان من دوني إلا وأسرع لمقابلة المتقدم وعينه على الفور.

نموذج التحفيز الذاتي لدوني يعتمد على أنه لا وجود لعبقري حقيقي كامل، وبالتالي فكل شيء ممكن تحقيقه، وكل عمل عظيم يمكن التفوق عليه. أدار دوني الشركة من منظور رجل أعمال لديه القدرة على الإبداع، وهو يؤكد أن لم يجبر يوما عميلاً من عملائه على قبول أي فكرة دعائية أو إعلانية قدمها له، بل كانت أعماله من قمة الإبداع بمكان حتى أنها كانت تلقى القبول بشكل تلقائي، دون الحاجة لضغوط أو جدل.

في حين نجد الكثير من الشركات تعتمد اليوم على تحويل أقسامها إلى مراكز ربح تتنافس فيما بينها، يضع دوني الجميع في شركته تحت سقف واحد، يجمعهم هدف واحد، هو تحقيق الربح بشكل جماعي.

خلال حقبة التسعينيات، كان دوني يضيف من 90 إلى 100 موظف جديد إلى فريق العمل كل عام، خاصة بعدما فاز بعقد مع شركة ميتسوبيشي للسيارات بلغت قيمته ربع مليار دولار، وفي حين كان لديه مكتبا كبيرا في نيويورك وآخر صغيرا في لوس أنجلوس، فإن فوزه بعقد مع بنك أوف أمريكا جعله يصمم حملات دعائية في 37 بلدا. قفزت مبيعات ميتسوبيشي 80% بعد تولي وكالة دويتش أمر دعاياتها. من وجهة نظر دوني، النجاح لا يعتمد على من هو الأذكى أو من هو الأفضل، بل يعتمد النجاح على من يقول: "**لما لا أنجح أنا أيضاً، أنا أستحق أن أنجح**"، وأما المهارات اللازمة للنجاح فيراها ضرورية لكنها ليست كافية، فمن يريد أن ينجح لا بد له من أن يتحقق فيه الشعور بالجوع والظمأ والإصرار والاقتناع الراسخ باستحقاقه للنجاح.

باع دوني ملكية الشركة في عام 2000 بقرابة 300 مليون دولار مع بقائه المدير التنفيذي لها لها، بعدها وجه دوني جل اهتمامه إلى صناعة الأفلام عبر إنشاء شركة إنتاج فني، كما يقدم كذلك برنامج تليفزيوني خاص به في قناة سي ان بي سي الأمريكية، سماه الفكرة الكبيرة، وألف كتاباً خصصه لتشجيع الأعمال حاول أن يضع فيه خلاصة خبرته على مر عقدين من الزمن في مجال الإعلانات.

لماذا باع دوني شركته (التي كانت تحقق 20% زيادة سنوية في الأرباح) وهو في أوج نجاحه؟ لأنه يريد جبلاً شاهقاً ليتسلقه، لقد أصبح دوني الاختيار الأول لمن يريد تصميم إعلان تليفزيوني لا مثيل له، واستضاف في برنامجه التليفزيوني عِلية وكبار القوم، وهو تحدث فيه عن السياسة وعن الموسيقى. لقد حقق جزءً كبيراً من أحلامه، والآن عليه البحث عن مزيد من الأحلام لتحقيقها والصعاب ليقهرها. اليوم، يفاخر دوني بعزمه خوض انتخابات عمدة نيويورك العام المقبل.

**الدروس المستفادة:**

- **إذا توقفت عن التحرك للأمام، سيدهسك من هو خلفك.**
- **إذا وقفت ساكناً حتى لا تخاطر بأي شيء -- فأنت فعلياً تخاطر بكل شيء.**
- **إياك والدوران في فلك غيرك، بل أنشئ عالمك الخاص.**
- **كن من القوة حتى تجعل الغير يستاءون منك (لا تتحامل على نفسك مخافة أن يغضب منك أحد).**
- **أخلاق العمل السليمة لا تحبذ إثارة استياء الغير، لكن أحياناً سيجب عليك ذلك.**

# 20- غلطة دومنيك ماكفي

الديك الفصيح من البيضة يصيح، هكذا تعلمنا في الصغر، ولربما كان لهذه المقولة ما يؤيدها في قصتنا اليوم، التي نتناول فيها مسيرة الشاب الإنجليزي **دومينيك ماكفي** (Dominic McVey)، الذي كان يتصفح مواقع إنترنت يوماً، بحثاً عن موقع شركة بطاقات الائتمان الشهيرة فيزا، فكتب حروف موقعها خطأ، viza بدلاً من visa. هذا الخطأ در عليه فيما بعد عوائد مالية قدرها 5 ملايين دولار.

خطؤه هذا جعله يهبط على موقع شركة أمريكية متخصصة في تصنيع عجلات السكووتر Scooters بمحرك وبدون محرك والتي يمكن طيها وحملها بسهولة، ومثل أي فتى في عمره فلقد أراد واحدة منها بدرجة كبيرة، لكنه لم يكن هو أو والديه ليتحمل نفقات شراء واحدة منها. أظهر دومينيك إمارات النبوغ، إذ أرسل رسالة إلكترونية إلى الشركة يخبرها أنه يستطيع بيع الكثير من هذه الدراجات في موطنه إنجلترا، فقط لو أرسلوا له واحدة مجاناً.

بالطبع رفضت الشركة الأمريكية، لكنها كانت من الذكاء التسويقي بحيث أخبرت دومينيك أنه لو اشترى خمسة دراجات منها، فستعطيه الشركة السادسة مجاناً. لم يضع دومينيك الوقت، إذ عمد إلى توفير المال حتى جمع ما يكفي لشراء الخمس، عبر عقد حفلات الرقص وشراء الأسهم والسندات وبيع مشغلات الأقراص الصوتية المصغرة لأصدقائه وزملائه ومعارفه.

حصل دومينيك على دراجاته الخمسة، والسادسة الأخرى المجانية، والتي سعد بها جداً، لكنه عرف أن عليه بيع أولئك الخمسة بسرعة، وهو ما فعله في بحر أسبوع واحد، لأصدقائه وأفراد عائلته، وفي الأسبوع التالي باع عشرة منها، واستمر على هذا الحال من وقتها.

هل شكل السن الصغير عائقاً أمام الشاب اليافع؟ بالطبع لا، فدومينيك كان طلق اللسان مفوهاً، فباع الكثير عبر استعمال الهاتف، وساعدته خبرته في التعامل مع إنترنت في البيع، وعادت عليه صداقاته مع أقرانه من خبراء تقنية المعلومات بعروض تقديمية (Presentations) احترافية لبيع بضاعته، كما أنشأ موقعاً له على إنترنت سرعان ما أصبح متوسط زواره يومياً 30 ألف زائر، وهو باع قرابة 7 مليون دراجة عبر موقعه، وأربع ملايين غيرها عبر قنوات البيع الأخرى!

لم يرى دومينيك الفرصة المتاحة حتى أبصر المنتج على عتبات بابه، وكان حتماً عليه استغلالها. قد يرى البعض ما حدث ضرباً من الحظ، لكن **لضربة الحظ مدى زمني قصير**، لذا كان على دومينيك التحرك الدائم لبيع ما لديه من مخزون.

نظر دومينيك للأمر ببراءة الطفولة وسذاجة الأطفال، ولعلها كانت الطريقة الأمثل إذ جنبته القلق النفسي والضغط العصبي والمشاكل الإدارية. كان دومينيك بائعاً ماهراً بلا شك، فهو عرف أن المنتجات المنافسة لعجلاته كانت أقل مستوى وأعلى تكلفة، وعبر عن ذلك بفصيح صحيح الكلمات، كما أن الصحافة أعجبت بالمنتج الذي يبيعه، كذلك جمهور المشترين، وهو ما ساعد البيع على أن يتحسن أكثر فأكثر.

العجيب في الأمر أن افتتان دومينيك الصغير بلعبته استمر أسبوعاً واحداً فقط، بعده ضجر منه وزهد فيه، لكنه رأى أن بإمكان كل شخص في العاصمة لندن أن يذهب إلى عمله على متن دراجة مثل هذه، وكذلك كل قائد سيارة إذ أن الاختناقات المرورية اللندنية كانت العادة وخلافها من النوادر. كل ما فعله بعدها هو نشر رؤيته هذه بين الناس.

أثناء فترات راحة الغذاء اليومية في مدرسته، اعتاد دومينيك الذهاب إلى محطة قطار الأنفاق ليفربول، لتطارده الشرطة بسبب توزيعه لمنشورات دعائية بين جمهور الركاب، التي كان يلقيها بينما يمضي مُسرعاً على متن دراجته السكووتر. في أول الأمر، باع دومينيك الكثير من دراجاته للموظفين التنفيذيين على أنها أدوات لهو وتسلية، لكن فيما بعد بدأ الناس في استعمالها للوصول لأماكن عملهم.

يعطينا دومينيك درساً في تقبل رفض العملاء لشراء بضاعتنا، فهو لم يكن ليتركهم دون أن يسألهم عن طريقة إداراتهم لأعمالهم، وهم أحبوا أن يشاركوه خبراتهم، مثلما يفعل الأخ الأكبر مع إخوته. على أن دومينيك كان الرابح الأكبر، فلم يكن هناك أي إيجار يدفعه أو قروض يسددها أو مصاريف يدفعها، وكان جل ما يدفعه فواتير إنترنت وهاتفه النقال. الطريف **أن مكتب دومينيك كان سرير نومه!**

اضطر دومينيك للبحث عن معين آخر بعدما تشبعت لندن بدراجاته، فعند بلوغه 17 سنة كون فرقة موسيقية فشلت بجدارة، بعدما كلفته الكثير. يخبرنا دومينيك أن **أكبر أخطائه أن نجاحه جعله يظن نفسه قادراً على فعل أي شيء**، فهو حدد 30 هدفاً ليحققها، وذلك كان عبئاً عليه أكثر منه دافعاً ومحفزاً، وهو يعلق على ذلك بالقول **بوجوب فرز الأهداف وتركيزها في مجموعة صغيرة**، ووجوب قضاء الوقت الكافي في التفكير في الخطوة التالية. تعلم دومينيك هذا الدرس وهذه الحكمة بعدما خسر الكثير من ماله، وبعدما اندفع اندفاع المنتشي بالفوز، فلم يحسب خطواته التالية جيداً.

يعزو دومينيك نجاحه لسبب بسيط: لقد **كان لديه شيئاً يحتاجه الناس بشدة**، ورغم صغر سنه النسبي لكنه عمل خبير أعمال لشركة نشر، وعكف على كتابة قصته وتناول فيها تجربته كرجل أعمال ناشئ، ويعمل في مجال بيع المنتجات الصيدلانية، ويدير أنشطة ضخمة لخدمة العملاء عبر الهاتف.

**الدروس المستفادة:**

- كم منا وقع على مواقع كتب اسمها خطأ؟ كم منا فكر في عقد صفقات عمل مع نفحات القدر هذه؟
- نظرة الإنجليز لأفراد مجتمعهم تنم عن الاحترام والتقدير، فلو فعل طفل عربي مثل صاحبنا لنال عبارات الاستهزاء والاستهجان ولربما العقاب البدني.
- من يريد حجز نطاق باسم شركته، عليه أن يحجز جميع النطاقات الممكنة لكتابة ذلك الاسم.
- النجاح مرة ليس ضماناً للنجاح في كل مرة، ولذا كل خطوة يجب حسابها بتمعن وتروي.

# 21- صالون شاهيناز حسين

بعدما ساعدت العالم على حماية نفسه، تراها الآن تريد مساعدة رواد الفضاء، عن طريق توفير مستحضرات طبية لهم، تساعد الرواد على حماية بشرتهم من الأشعة الضارة التي تجول الفضاء الخارجي، وتقلل من معدل تدهور تلك الخلايا. لقد أرسلت شاهيناز عينات مجانية من مستحضراتها إلى وكالة أبحاث الفضاء الأمريكية (ناسا) كمساعدة منها على استكشاف وسبر أغوار الفضاء.

إنها **شاهيناز حسين**، الهندية التي تنتج مستحضرات طبية تعتمد على الأعشاب الطبيعية، تربو على 400 مستحضر ومنتج طبي مشتقة جميعها من الأعشاب الطبية، ما يجعلها من كبار منتجي تلك المستحضرات في العالم. في عام 2002 تم تقدير مجموعة شركات شاهيناز بقرابة 100 مليون دولار، وبلغ إجمالي عدد العاملين 4200 موظف، في 104 بلداً من بلدان العالم.

تنتمي شاهيناز لعائلة ملكية مسلمة هاجرت من سمرقند إلى الهند، حيث ارتقت العائلة هناك أشرف المواقع في مملكة بوبال وحيدر أباد، قبل أن تحصل الهند على استقلالها ويخسروا كل شيء. حصلت شاهيناز على تعليمها في المدارس الايرلندية، وتلقت من والدها حبه للشعر والأدب الانجليزي، وهي تزوجت – كعادة أقرانها- في سن 15 سنة، وأصبحت أماً في العام التالي.

طبيعة عمل زوجها استلزمت العيش في العاصمة الإيرانية طهران، ونتيجة للظروف المعيشية هناك، لم يكن أمامها سوى أن تنمي اهتماماً بمستحضرات التجميل الطبيعية، ولذا قررت دراسة هذا العلم حسب أصوله الأكاديمية. من أجل تمويل هذه الدراسة، عمدت شاهيناز إلى الكتابة في جريدة إيران تريبيون، في أكثر من موضوع وبأكثر من اسم. هذه الدراسة علمت شاهيناز مدى الأضرار التي تلحق ببشرة وبجسم الإنسان بسبب المستحضرات والمركبات الكيماوية الصناعية.

بعدما أبحرت في بحر العلم، قررت شاهيناز توجيه اهتمامها إلى علمٍ هندي قديم اسمه: أيورفيدا (Ayurveda) وهو نوع من الطب البديل (طب الأعشاب). اسم "أيور فيدا" مكون من كلمتين هما الحياة والمعرفة، فيما يمكن ترجمته إلى عِلم الحياة، والذي يركز على أسباب ومسببات الحياة الصحية الطبيعية، ويركز على الأسباب الفيزيائية والعقلية والروحية والاجتماعية التي تؤدي للتوافق التام مع الكون بما يؤدي إلى عيش حياة طبيعية من كل النواحي. هذا التحول في الدراسة من جانب شاهيناز كان الغرض منه والدافع إليه البعد عن استخدام المركبات الكيماوية الضارة بالإنسان وبالطبيعة.

بعدما رحلت عن إيران، تدربت شاهيناز على العلاج التجميلي لمدة عشر سنوات، في مختلف المعاهد في مختلف البلدان من لندن وباريس ونيويورك وكوبنهاجن. عند عودتها إلى الهند في عام 1997، قررت شاهيناز أن الوقت قد حان لتبدأ مشروعها الخاص وتفتتح صالون التجميل الخاص بها، **باستثمار مبدئي قدره**

**قرابة ألف دولار.** إلى جانب توفيرها لخدمات التجميل، وفرت شاهيناز كذلك لرواد صالونها مستحضرات تجميل طبيعية من تركيبها هي.

مستحضرات شاهيناز لم تكن للتجميل وحسب، بل للعلاج بالطرق الطبيعية أيضاً، مثل علاج تساقط الشعر والجفاف وحب الشباب والنمش واضطراب الصبغات الطبيعية في الجسم. هذه المستحضرات اكتسبت أهميتها وشهرتها من عدم سُميتها وعدم احتوائها على أي آثار جانبية ضارة. المكونات الأساس لمستحضرات شاهيناز تتنوع ما بين الفواكه والأزهار والأعشاب وعسل النحل. آخر مستحضرات شاهيناز كانت كريم الأوكسجين، والذي يُوضع على الوجه بشكل يبث الحياة في البشرة عبر مساعدتها على مزيد من التنفس.

**الدروس المستفادة:**

- مهما كان ما نزل بك من مصائب، هناك طريق للنجاح لتسير فيه.
- هذه الفكرة التجارية قابلة للتطبيق في عالمنا العربي، خاصة وأن الصحراء العربية تزخر بالعديد من النباتات التي تدخل في علاج الكثير من الأمراض.
- العلِم وتحصيله، والتعلم وتطبيقه، من شروط النجاح.

# 22- مليونير النوايا الحسنة

أنهى **أليكس تيو** (21 عاماً) دراسته الثانوية، وبدأ الاستعداد للمرحلة الجامعية، وكونه شاباً إنجليزياً يعيش في العاصمة لندن حيث التعليم الجامعي باهظ التكاليف ومستهلك للثروات الصغيرة، مما دفعه لهذه الفكرة (وقتها كانت المجنونة، وأما بعد نجاحها فهي العبقرية) لكي تعينه على تكاليف الدراسة الجامعية.

تلخصت الفكرة في إنشاء موقع به صفحة واحدة يضع عليها مليون نقطة/بيكسل مع عرضه كل نقطة منها للبيع مقابل دولار واحد فقط، ولأن نقطة واحدة لن تكون مرئية بما يكفي، فأقل مساحة يمكن شرائها هي مستطيل صغير من 10 نقاط ضرب 10 نقاط (بإجمالي 100 نقطة أي ما يساوي مئة دولار) وأما الدافع وراء شراء الإعلانات في موقع أليكس هو لمساعدته على الذهاب للجامعة!

**سياسة أليكس التسويقية** تمحورت حول مراسلة جميع أصدقائه، طالباً منهم مساعدته بنقل خبر إنشائه لهذا الموقع لكل من يعرفون وحثهم على الشراء على سبيل المساعدة، وبعدما تدور العجلة وتبدأ بعض الإعلانات في الظهور، يخبر الصحافة من أجل بعض الدعاية لموقعه.

في يوم الجمعة 26 أغسطس 2005 كان كل شيء معداً وبدأ أليكس العمل. في أول ثلاثة أيام، تمكن أليكس من بيع 400 بيكسل (بما يعادل 400 دولار). مبلغ ليس صغيراً في مقابل مجهود الشاب الإنجليزي البسيط. بعد يومين باع 100 بيكسل، وبعدها بيوم باع 400 أخرى، وبعدها بيومين باع 200 ثم بدأ البيع في التوقف، لكن وسائل الإعلام المحلية كانت قد التقطت الخبر وبدأت تتناقله فيما بينها، ما أدى إلى بيع 2500 بيكسل في يوم واحد (8 سبتمبر 2005) تلتها 1900 بيكسل مباعة، وهكذا.

خلال أسبوعين كان أليكس قد حقق قرابة عشرة آلاف دولار من المبيعات، أو1% مما كان يخطط له، وخلال ثلاثة أسابيع كان قد أمن من المال ما يكفيه لقضاء ثلاث سنوات في جامعته، شاملة الإقامة والمعيشة (قرابة 37 ألف دولار).

قبل ذهاب أليكس للجامعة فعلاً، كان قد باع قرابة 110 ألف بيكسل، وبدأ يعاني من كثرة المقابلات الصحفية وكثرة الطلبات على شراء المزيد من النقاط، مما جعله يسهر الليالي الطوال لتنفيذ طلبات العملاء والرد على استفساراتهم. في الوقت ذاته بدأ ترتيب موقعه العالمي ينطلق بسرعة الصاروخ إلى قمة الترتيب.

بعد مرور 38 يوماً على إطلاق فكرته العبقرية، كان أليكس قد جمع ربع مليون دولار، على أن أليكس كان قد أطلق فكرة جديدة تماماً انتشرت كما النار في الهشيم، وبدأت مئات المواقع تقلد فكرته خلال شهر واحد، ولا عجب في ذلك فشبكات التلفزة كانت قد بدأت تطلب عقد مقابلات معه، وبدأت جميع الصحافة الأوروبية

وبعدها الأمريكية تبرز موقعه وتتحدث عن فكرته، على أن أليكس اعتبر في ذلك إطراء له، بل وأعجبه الإضافات التي جاء بها المقلدون الآخرون.

وضعت شركة معامل DSL إعلاناً في موقع المليون عند أليكس، فتضاعف عدد زوار موقعها 20 مرة في اليوم التالي، هذه الزيادة جاءت جميعها من عنده، بل إن مبيعات جميع المواقع التي لها روابط على الصفحة الأولى في موقع معامل DSL قد حققت زيادة قدرها 50% في المبيعات خلال أسبوع واحد من وضع الإعلان.

هذا الأمر تحقق بنسب متفاوتة مع بقية المعلنين عند أليكس، والرأي الذي قد يفسر ذلك الرواج هو أن زوار موقع أليكس ما هم إلا شريحة من العملاء الذين لم يهتم لأمرهم مُعلن من قبل، وبالتالي حققت الدعاية لهم أفضل النتائج. بعد مرور أربعة أشهر، كان أليكس قد جمع 900 ألف دولار، وعند بداية العام الميلادي الجديد، كان زوار موقع المليونير الشاب تخطوا مليون زائر فريد يومياً، وبلغ ترتيبه العالمي بين المواقع 127 وتبقى له ألف بيكسل فقط، فما كان منه إلا أن عرضها للبيع بالمزاد في موقع EBay الإنجليزي لمدة عشرة أيام.

غم أن هذه الألف بيكسل كان سعرها المفترض ألف دولار، لكن المزايدات خلال يومين فقط وصلت بسعرها إلى 23 ألف دولار تقريباً، وانتهى المزاد عند سعر 38 ألف دولار، معلناً بذلك انضمام أليكس إلى نادي المليونيرات والمشاهير.

على أن نجاح أليكس جلب له أعداءً من أشرار المخترقين، والذين صمم أحدهم فيروساً اخترق 23 ألف حاسوب وعمد إلى توجيه سيل رهيب من طلبات الزيارة إلى موقع أليكس حتى جعله يقع تحت الضغط الرهيب ويتوقف عن العمل، ولم يكتف المخترق بهذا، بل أرسل له رسالة تهديد تطالبه بدفع خمسة آلاف دولار مقابل أن يتركه في حاله، وعندما لم يخضع أليكس لهذا التهديد، زادوا المبلغ إلى خمسين ألفاً.

لكن أليكس أثبت لنا مرة أخرى أنه عقلية تجارية حتى النخاع، إذ سارع لعقد صفقة مع شركة حماية أمن المواقع والبيانات لتحمي موقعه، مقابل أن يعطيها أليكس مساحة إعلانية على موقعه. رد أليكس الصاع صاعين، إذ أوكل هذا التهديد إلى المباحث الفيدرالية الأمريكية، والتي بدأت التحقيق في الأمر بعدها.

في عام 2006 عاد أليكس من جديد بفكرة جديدة وبسيطة: موقع جديد، به مليون بيكسل، لكن على خلاف المرة الأولى حيث عرض أليكس البيكسل الواحدة للبيع بدولار، هذه المرة يعرضها أليكس للبيع بدولارين، مع تطبيق شروطه السابقة. بذلك سيحصل أليكس على مليوني دولار، فكيف سيقتسمها؟

يطلب أليكس من زوار الموقع الجديد (بيكسل لوتو) التسجيل في موقعه، ثم الضغط على الإعلانات، بحد أقصى عشرة إعلانات في اليوم الواحد، والتي يضعها في هذه الصفحة الجديدة. وما العائد؟ عندما يبيع أليكس

المليون بيكسل (مرة أخرى) سيختار إعلاناً واحداً، ثم سيحدد جميع من ضغطوا على هذا الإعلان، ثم يختار منهم واحداً، هذا الواحد سيصبح مليونير.

بالطبع، لذر التراب في العيون، أعلن أليكس أنه سيتبرع بمائة ألف دولار في أوجه الخير، والباقي سيذهب له. فشلت الفكرة الثانية، كما أثبتت الأيام، إذ توقفت المبيعات بعد فترة، فالهدف لم يعد نبيلاً، كما في المرة الأولى!

**الدروس المستفادة:**

- شبكة إنترنت لا زالت منجم ذهب لم يستغل بالكامل بعد، ولا زالت هناك فرص مدفونة تنتظر من يستخرجها.
- ليست هذه أول فكرة ينفذها أليكس، بل كان له مشاريع قبلها لم تنجح.
- قدم أليكس أسباباً وجيهة مقنعة للإعلان عنده وللدعاية له، فهو كان يريد هذه النقود للذهاب إلى الجامعة من أجل الدراسة (رغم أن نجاحه التجاري جعله يؤجل إكمال دراسته هذه).
- التزم أليكس بعدم بعثرة المال يمنة ويسرة، وكان أول ما اشتراه من المال الذي جمعه جورب ثم اتبعه بكاميرا رقمية لالتقاط صور يستخدمها في مدونته.
- ظهور أليكس في المقابلات الصحفية والتليفزيونية بطريقة تلقائية جمع حوله المزيد من المعجبين والمشترين.

# 23- الأم الثائرة - أنيتا روديك

جاء ميلاد أنيتا روديك في عام 1942 كابنة ثالثة من أربعة، لأبوين إيطاليين هاجرا إلى ليتل هامبتون في إنجلترا. عملت أنيتا بعد أوقات الدراسة في المقهى الذي تملكه أمها، وبسبب ظروف الحرب العالمية، تعلمت أنيتا من أمها عدم التخلص من أي شيء يمكن إعادة استخدامه، لكن أبويها تطلقا وسنها ثمانية، وسرعان ما تزوجت الأم بآخر مات بعدها بعامين.

قرأت أنيتا في سن العاشرة كتاباً - مدعوماً بصور مقبضة - يتحدث عن مزاعم إبادة اليهود إبان الحرب العالمية الثانية، ما ملأها حماسة وثورة للدفاع عن المضطهدين، وبعدما أتمت دراسة اللغة الإنجليزية والتاريخ، عملت في البداية كمعلمة، ثم قررت قبول منحة دراسية في دولة المحتل الصهيوني في مستعمرات الكيبوتز، لكنها بعد ثلاثة أشهر طردت من هذه المنحة، إذ أن حبها الشديد للمزاح لم يكن أبناء عمومتنا ليحتملوه.

هذا الطرد كان له تأثير إيجابي، إذ قررت بعده أنيتا أن تسيح في ربوع العالم كله، وبعد عودتها لموطنها عملت في وظائف عدة، منها توزيع الجرائد في باريس، والتدريس في إنجلترا، ولدى الأمم المتحدة في جنيف. بما ادخرته من نقود سافرت إلى تاهيتي، استراليا، مدغشقر، موريشيوس، وأخيراً جنوب أفريقيا، حيث عملت هناك كمُعلمة، لكنها مرة أخرى طردت من وظيفتها لذهابها إلى نادي غنائي في ليلة كانت مخصصة للسود فقط، وهو ما كان خرقاً لقوانين التفرقة العنصرية السائدة وقتها، ما جعل الشرطة العنصرية تقوم بترحيلها لبلدها!

هذا الترحال أثر بشدة في شخصية أنيتا، وهي تروي لنا ذلك بقولها: "أنت تغير قيمك حين تغير مبادئك، فحين تقضي ستة أشهر مع أناس يفركون جلودهم بزبد الكاكاو كل يوم، ويغسلون شعورهم كل يوم بالطين، ثم تجد أن هذه الأمور تجدي فعلاً وتأتي بالطيب من النتائج، فأنت حتماً ستوقف كل معتقداتك السابقة، وإذا كنت مثلي، ستنمي حباً جارفاً تجاه علِم الأنثربولوجي (علم الأجناس البشرية)".



بعد عودتها الثانية إلى موطنها، عرفتها أمها على زوج المستقبل: جوردون روديك، الشاب والشاعر والرحالة الاسكتلندي الصغير، ومعاً افتتحا وأدارا مطعماً صغيراً وفندقاً مساحته ثمان غرف. كان العمل مضنياً والمجهود شاقاً، ما ترك لهما القليل جداً من الوقت ليقضياه معاً ومع طفلتيهما.

لذا بعد مرور ثلاث سنوات، قرر الزوجان ذوا الطفلتين أن الوقت حان للتغيير وبيع ما يملكانه. بموافقة أنيتا، سافر الزوج الرحال ليحقق حلمه في امتطاء ظهر حصان من مدينة بيونس آيريس في الأرجنتين إلى مدينة نيويورك الأمريكية!

في هذه الأثناء، كانت أنيتا بحاجة لعمل يشغل وقتها وتفكيرها، ويقيم أودها وبناتها، لكنها أصرت على عمل لا يشغلها عن رعاية بناتها. لذا قررت في عام 1976 وعُمرها 33 سنة افتتاح محل لبيع مواد التجميل الطبيعية، ولأنها شبه معُدمة قررت صنع مواد التجميل هذه من أي وكل خامة سبق وخزنتها في مرآبها/جراجها، والتي جمعتها خلال أسفارها الكثيرة، وهي غالباً ما كانت مواد استعملتها النسوة –اللاتي قابلتهن في أسفارها –في شعائرهن القبلية للتطهر والتزين.

إذا كنت تظن أنك ذا تأثير ضعيف لصغر حجمك،

حاول النوم في غرفة بها بعوضة صغيرة

إحدى دعايات محلات ذا بودي شوب

جاء موقع المحل الأول في مدينة برايتون بجانب دار جنازات، وكان عدد أصناف البضاعة المعروضة للبيع وقتها 15 صنفاً، وموّلت أنيتا ثمن هذه المغامرة التجارية برهنها لفندقها الصغير مقابل قرض قدره 6500 دولار. حبكت الظروف حيلتها، ففي الوقت الذي كانت أنيتا فيه تروج لموادها الطبيعية، كانت دول أوروبا تشهد صحوة اجتماعية تدعو لترك الصناعي والعودة للطبيعي، وحين قررت أنيتا طلاء جدران محلها -لتغطي شكله الخارجي البالي- باللون الأخضر التي لم تكن تملك لوناً غيره، كان اللون الأخضر هو اللون الرسمي الذي اختارته هذه الحركة الصحوية للعودة لكل ما هو طبيعي.

حين قررت أنيتا إعادة استخدام علب بلاستيكية مستعملة، قررت ذلك لضغط تكاليفها في البداية، ولم تكن نيتها إعادة التدوير لحماية البيئة. أرادت أنيتا افتتاح محلها الثاني، لكن البنك رفض طلبها قرضاً بقيمة 8000 دولار، ولذا راسلت زوجها تطلب إذنه في بيع نصف شركتها لصاحب محطة إعادة تمويل الوقود مقابل تمويل تكاليف المحل الثاني، لكنها قررت المضي في هذا الأمر قبل أن تصلها رسالة زوجها برفض هذه الفكرة.

قبل مرور عشرة أشهر كانت أنيتا قد افتتحت محلها الثاني في مدينة شيستر، وحينها عاد زوجها من السفر في عام 1977 وقرر مشاركتها إدارة مشروعها. ذاعت شهرة ذا بودي شوب (محل الجسم) في جميع الأنحاء، وكان تفاعل المشترين كبيراً، حتى أنهم أرادوا بيع منتجات أنيتا الطبيعية في محلاتهم على هيئة فروع تحمل ذات الاسم.

حتى تلك الفترة كانت طريقة إدارة أي شركة لفروعها الكثيرة تعتمد على أفراد العائلة والأصدقاء، ولم يكن مصطلح منح حق الامتياز/التعهيد (Franchising) معروفاً، بل يمكن الإدعاء بأن زوجها جوردون ابتدعه،

وكان المبدأ بسيطاً، فهما لم يطلبا مقابلاً مادياً لاستخدام الاسم التجاري، بل قدما التمويل اللازم لافتتاح كل فرع، مقابل استخدام اسم ذا بودي شوب، ومنتجاته بالطبع.

قامت أنيتا بعمل مقابلات شخصية لكل من أراد الحصول على حق الامتياز، وهي كانت تطرح أسئلة مثل ما اسم زهرتك المفضلة، وكيف تريد أن تموت، ولذا لا عجب أن أكثر من نجحوا في الحصول على هذا الامتياز كانوا من النساء، وحتى اليوم! لم يحتج الأمر لكثير من الوقت حتى طرحت أنيتا في عام 1984 أسهم شركتها في البورصة، وأصبح اليوم لدى مشروع أنيتا أكثر من ألفي محل يخدمون أكثر من ثمانين مليون عميل، في أكثر من خمسين بلد. هذا النجاح جعل ثروة أنيتا الخاصة تفوق أكثر من مائتي مليون دولار.

تروي لنا أنيتا كيف أنها تكره شركات التجميل، التي كونت صناعة عملاقة تبيع أوهاماً مستحيلة التحقيق، عبر الكثير من الأكاذيب. تلك الشركات تخدع النساء وتسيء استغلالهن! هذه الرؤية هي التي تحكم فلسفة العمل في "محل الجسم": **تحقيق الأرباح عبر خلق تغيير اجتماعي وبيئي.**

لم تبذل أنيتا أبداً الوعود بأن منتجاتها ستجعل عشرات السنين تزول من وجه أي امرأة، بل انتهجت أساليب غير تقليدية في الدعاية والإعلان، فهي لم تنفق المال في الدعايات، بل كانت تطلق روائح منتجاتها العطرية عبر الطرقات المؤدية لمحلاتها لتجذب الزبائن. ذات يوم سمعت أنيتا مدير دار الجنائز المجاور لها يشكو من أن نشاط أنيتا يضر بأعمالهم، فما كان من أنيتا إلا وسربت الخبر الطريف إلى الجرائد، فتوافد الناس شغوفين لمعرفة ما هذا النشاط الذي سيضر بأعمال الجنائز!

بعدها اعتمدت أنيتا على كلمات المديح والتجارب الناجحة وتوصيات العملاء الراضين عن مستوى منتجاتها. عمد آل روديك كذلك إلى دعم قضايا البيئة، فاستخدموا واجهات محلاتهم لدعم مجهودات منظمة السلام الأخضر (جرين بيس) لوقف رمي النفايات السامة في بحر الشمال، وحملت دعاياتهم وأغلفة حقائبهم رسالات دعم لإيقاف حملات صيد الحيتان ولحماية غابات الأمطار. على أن أهم دعاياتهم حتى اليوم كانت الدعوة للتوقف عن تجربة جديد العقاقير على الحيوانات.

يتم انتقاء البائعين العاملين في محلات أنيتا بدقة فائقة، وهم يقضون شهراً من العام في العمل مع المعاقين من الأطفال، كما يُمنع البائعين من الهجوم على الزوار طمعاً في البيع لهم، فمن يريد أن يعرف عليه أن يسأل أولاً، على أن أغلفة المنتجات تغني عن طرح الأسئلة، من كثرة المعلومات المتوفرة فيها عن كل منتج، كما يُمنع استخدام أجساد ووجوه الفاتنات في بذل وعود بجمال لن يتحقق!

حصدت أنيتا خلال مشوارها العديد والكثير من الجوائز التشجيعية، وهي تنسب الفضل لزوجها في نجاحها، إذ وفر لها عبقرية مالية وإدارية أعانتها على تحقيق ما وصلت إليه. في عام 2003 منحت ملكة بريطانيا أنيتا لقب السيدة (Dame) تقديراً لجهودها ونجاحها.

**في عام 2002 تنحت أنيتا عن منصب الإدارة، وخصصت ثمانين يوماً من السنة لتعمل فيهم كمستشارة تجميل في فروع محلاتها الكثيرة، بينما خصصت بقية أيام السنة للدفاع عن حقوق الأقليات والمضطهدين والمظلومين في كل مكان. اتخذت أنيتا قراراً ثورياً في ديسمبر 2005 بأنها لا تريد أن تموت غنية، ولذا قررت سلوك منهج تدريجي للتبرع بكامل ثروتها في سبيل رفع الظلم عن بني البشر في العالم كله.**

**الأم الثائرة كتبت الكثير من الكتب، وحدها ومع آخرين، لعل آخرها وأشهرها: العمل كما هو غير معتاد (Business as Unusual). لم تتوقف أنيتا عند هذا الحد، إذ أنها كذلك صاحبة مدونة تحمل اسمها وتضع فيها آخر أخبارها، ومقالاتها عن الحرية والظلم والسياسة وطُرق بدء المشاريع التجارية.**

**في 17 من شهر مارس 2006، اشترت مجموعة لوريال شركة ذا بودي شوب، بمبلغ 652.3 مليون جنيه إسترليني، مما أثار الكثير من الجدل، إذ أن لوريال مملوكة جزئياً لشركة نسلة، والتي كانت عرضة لحملة مقاطعة بسبب نوعية ألبان أطفال باعتها لأطفال دول العالم الثالث، ما يمثل تعارضاً مع ما قامت عليه ذا بودي شوب.**

**اكتشفت أنيتا إصابتها بفيروس التهاب الكبد الوبائي سي، والذي ترجح أن تكون حصلت عليه أثناء ولادتها أبنتها الثانية، حيث كان شائعاً مشاركة الإبر الطبية وقتها بين المرضى، وتوفيت عن عمر ناهز 64 عاما، في 11 سبتمبر 2007 على أثر أزمة قلبية.**

**الفاشلون أناس لم يدركوا مدى قربهم الشديد من إدراك النجاح،**
**حين يأسوا وتوقفوا عن إعادة المحاولة**
**توماس إديسون**

# 24- عـبـد العـزيـز العـنـزي

> أخطاء الآخرين هي مصدر للخبرة دون ألم فالعُمر قد لا يطول بنا لنقترفها كلها.

عبد العزيز من مواليد ديسمبر 1981، وبسبب ظروف دراسة والده العسكرية، جاءت ولادته في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث قضى بها عاماً بعد ولادته، ثم رجع لموطنه الكويت، على أنه عاد لأمريكا مرة أخرى من أجل الدراسة الجامعية. لا يذكر عبد العزيز عن طفولته ما يدل على ولعه بالتجارة أو نبوغه فيها، لكنه كان يراقب ويتابع ويتأمل أخبار الكثير من المشاريع التجارية الناجحة، والتي كان يعلم في قرارة نفسه أنه سيدخل معتركها في يوم ما.

يؤمن عبد العزيز أن الغربة مصانع الرجال، ولذا اختار الغربة ليطلب فيها العلم، وبالتحديد جامعة ساوث فلوريدا في مدينة تامبا، التي ذهب إليها بعد دراسة دامت سنتين في جامعة توليدو الواقعة في ولاية أوهايو. شكلت هذه الحقبة الولادة الحقيقية لعبد العزيز حيث تفتحت عينه على الحياة، وتفجرت فيه روح المغامرة والتطلع لاستكشاف العالم الذي يعيش فيه.

بعض الشباب يتفاعل بشكل سلبي مع الغربة، فلا يقدر الفرص التي سنحت له، وبدلاً من أن يضيف للحياة يصبح عبئاً عليها، على أن عبد العزيز الذي درس الهندسة أقبل بشغف على تجربته الجديدة، وتمتع بها واستفاد منها وتعلم الكثير، ما ساعده على أن يدخل معترك التجارة والمشاريع الخاصة.

يدين عبد العزيز لوالدته بالكثير مما تعلمه في شبابه، وهو نشأ على حب القراءة ومطالعة الكتب، ثم أضاف إلى ذلك حبه للكمبيوتر ومنه دلف إلى عالم إنترنت، ولكن نصيحة صديق هي ما دفعه لأن يخطو الخطوة الإضافية نحو مشروعه الخاص. بحكم الدراسة في الخارج، تعامل عبد العزيز مع عالم التجارة الإلكترونية، وهو كان زبوناً دائماً لأكثر من متجر إلكتروني، ولذا لم تحتاج الفكرة لأكثر من شهرين حتى تختمر في رأس عبد العزيز، وبدون دراسة الجدوى أو السوق، اعتمد عبد العزيز على حدسه الداخلي وقرر أن يبدأ العمل على الفور، فشيء بداخله استمر يؤكد له أن فكرته ناجحة بلا شك.

استلزم الأمر قضاء شهرين في برمجة موقع المتجر الإلكتروني كتابي.كوم وإعداد الرسوم الدعائية والمنشورات التسويقية، لكن أشد العوائق كانت الأوراق الرسمية التي كانت كافية لتصد أشد الحالمين آمالا، لكن إرادة عبد العزيز كانت أقوى من البيروقراطية الكويتية.

جاء ميلاد الموقع الفعلي وبدء العمل فيه في العاشر من شهر مايو 2006، وجاءت إرهاصات النبوغ متمثلة في عدد قليل من الأيدي العاملة، ووسائل تسويق ذات مردود كبير وتكاليف قليلة، وساعده أن تحدثت عن

مشروعه جريدتان يوميتان كويتيتان، فباع الموقع جميع مخزون الكتب الأولي الذي بدأ به. لدى عبد العزيز أفكار توسعية كثيرة، فموقعه الحالي يدعم العربية والإنجليزية، ويخدم السوق الكويتية من داخلها، ولا يتطلب السداد عن طريق البطاقات الائتمانية فقط، كما يبذل الوعود بالتسليم خلال يومين فقط من تاريخ طلب الشراء، ويعمل الموقع على مدار الساعة وخلال أيام الأسبوع كلها.

يشتري متجر عبد العزيز الكتب من داخل الكويت، لكنه ينوي الشراء من خارجها، ومنها توسيع نطاق خدماته من حدود الكويت إلى خارجها، ومن خدمات البيع إلى خدمات النشر، ومن دعم اللغتين العربية والإنجليزية لدعم المزيد من اللغات المنتشرة في دول الخليج العربي، ومن التعامل في الكتب إلى غيرها، ومن شركة خاصة لشركة مساهمة تطرح أسهمها في البورصة الكويتية.

قرأ عبد العزيز أكثر من نصف الكتب التي يتاجر فيها، وهو يختار المعروض منها في متجره بنفسه، وهو تأثر في حياته بالأمريكي دونالد ترامب الذي يراه شخصية تجارية بحتة تعرف الفرص الحقيقية وتهب لاقتناصها، وعلى المستوى العربي الشيخ محمد حاكم دبي الذي يراه سابقاً للزمن، والوليد بن طلال الذي تعلم منه العمل المتواصل وعدم الاستسلام.

من ضمن هوايات عبد العزيز مشاهدة الأفلام الكوميدية، مرد ذلك أنه يرى حياته يغلب عليها الجد والصرامة، ولذا جاء رده على سؤالي له عما إذا كان تشابه اسمه مع اسم أكثر المطلوبين في السعودية قد سبب له أي مشاكل حتى الآن، فجاء رده أنه لا يعرف شيئاً عن ذلك، لكن ما يعرفه هو أنه من أهم المطلوبين من قبل الفتيات. لا زال عبد العزيز يداوم في وظيفته النهارية، ولا زالت أفكاره التوسعية تسير بوتيرة هادئة، لكنه يبدو مؤهلاً بقوة لبلوغ هدفه.

بعد مرور قرابة العامين على إطلاقه لمشروع كتابي، تحول عبد العزيز للاستثمار في مجالات أخرى، معتمدا على الخبرة التي اكتسبها من مشروع كتابي، حتى أنه يفكر في بيع حقوق موقع كتابي والتفرغ لنشاطاته الأخرى.

# 25- أيمن راشد، اطلب.كوم

جاءته الفكرة أثناء سفره مع أهله من القاهرة للإسكندرية، بعد أسابيع قضاها مع أصدقائه يفكر في مشروع تجاري يبدأ به، وهي فكرة إنشاء موقع على إنترنت يمكن لمن يزوره طلب وجبات غذائية سريعة بنظام التوصيل للمنازل من سلاسل المحلات الشهيرة المتوفرة، وبعد سبعة أشهر من البدء في موقع اطلب.كوم، باع أيمن راشد وشريكه مشروعهما الحالم، بمبلغ كبير مكن الاثنين من إنشاء كل منهما لشركته الخاصة، على أن أيمن ليس في حلِ من ذكر المبلغ الذي باع به موقعه.

نال والد أيمن شرف الشهادة في حرب الاستنزاف مع إسرائيل، بعد شهور قليلة من ولادته، ما أكسبه الاعتماد على الذات، وجعله الرجل الذي تستطيع الاعتماد عليه. جاءت فترة الطفولة عادية مثل أقرانه، قضاها في ممارسة الألعاب الرياضية والخروج مع الأصدقاء. اشتهر أيمن بنبوغه الدراسي، واعتاد أن يكون من الأوائل خلال مشواره الدراسي وحتى بعد التخرج.

التحق أيمن بكلية الهندسة، وتخصص في الهندسة المدنية، وحالت ظروف طارئة عن حلوله من الأوائل على دفعته، ما أفقده فرصة اختيار كمعيد، لكنه مضى في طريق الدراسات العليا، والتي تعرف أثناءها على ذلك الاختراع الجديد، الحاسوب، والذي كان بدائياً محدود الإمكانيات وقتها.

أثناء تلك الفترة كانت الحكومة المصرية تمضي في خطوات جادة لتدريب اللامعين من المهندسين على البرمجة باستخدام الكمبيوتر، فما كان من أيمن إلا والتحق بهذا البرنامج، وأثبت فيه نبوغاً أوصله لكي يعمل بذات مركز التدريب بعد إكماله لمنهج التدريب. لم يقف استعداد أيمن العلمي عند هذا الحد، إذ شرع في الإعداد لنيل شهادة MBA ضمن الخدمات التي كان يقدمها مركز التدريب الذي عمل به، وحصل عليها في وقت قصير.

ركز أيمن في عمله البرمجي على استخدام تطبيق ToolGen ما جعل فرص العمل بالخارج تراوده هو وأقرانه، وهو اختار منها فرصة العمل في مدينة الرياض بالسعودية، كثاني اثنين في شركة ناشئة، عمدت لبيع ونشر ذات التطبيق الذي احترفه الراشد. هذه الوظيفة أكسبته خبرة كبيرة على مستوى التعامل مع الشركات الدولية، والتسويق والمبيعات، وإدارة الأعمال الناشئة.

بعد مرور سنة ونصف قضاها في الغربة، قرر أيمن أن وقت العودة للوطن قد حان، خاصة بعد أن وهبه الله طفلته الأولى، ومثل هذه القرارات تتطلب رسم فكرة عامة لما ينوي عمله بعد العودة؛ هل سيعود لعمله السابق، أم سيغير مساره، أم سيبدأ عمله الخاص؟ كان لدى أيمن قناعة بأن زمن عمله لدى الغير قد ولى، وأن عليه بدء عمله الخاص به، لكن كيف وأين، وما الذي يمكن له تقديمه من جديد للعملاء المحتملين؟

أثناء هذه الفترة من التفكير، وأثناء قيادته لسيارته على الطريق الصحراوي متجهاً إلى مدينته؛ الإسكندرية، خطرت له فكرة المليون: موقع اطلب لطلب وجبات الطعام بنظام التوصيل للمنازل من على شبكة إنترنت. عرض أيمن الفكرة على العديد من الأصدقاء، الذين لم يبدوا الاستجابة التي كان يتمناها، حتى تحمس له صديقه وشريكه فيما بعد، وبعد الاتفاق على الأساسيات، كان تأسيس الشركة والبدء في تدشين اطلب.كوم

كل فكرة ناشئة تحتاج لبعض المال، ولذا وضع أيمن كل مدخراته من سنوات الغربة، وشرع هو في البرمجة، وشريكه في إعداد اللازم من التجهيزات والكمبيوترات. يرى أيمن بأن أصعب المشاكل التي تواجهها المشاريع الناشئة هي العثور على القوى البشرية الملائمة والمناسبة، ثم الحفاظ عليها. كان أحمد قطب هدية السماء للثنائي المغامر، إذ تعرفا عليه من خلال أحد أصدقائهما، وكان خريجاً حديثًا، لكنه أذهلهما بإخلاصه لفكرة المشروع، واهتمامه به كما لو كان مشروعه هو الخاص.

اعتمد اطلب.كوم على نموذج للربح قائم على تحصيل نسبة 5% من كل طلب يمر عبر الموقع. وبعد مرور سبعة أشهر على إطلاق موقع اطلب، قرر الثنائي قبول العرض المقدم لهما لشراء الموقع، فخلال هذه الشهور السبع (منها شهران تشغيل تجريبي، وشهر رمضان) لم تبدأ العجلة في الدوران بالسرعة المطلوبة، وكانت الطلبات ليست بالرقم الكبير الذي يجعل الحسابات الختامية ترفل في الأرباح.

**الخبرة ليست ما يحدث للمرء، بل ما يفعله المرء بما حدث له**

رغم رفض أيمن المستمر للإفصاح عن الرقم الذي تم به بيع الموقع، لكنه يؤكد أن كان كبيراً جداً -بالمعايير المصرية- مما أتاح له ولشريكه أن يبدأ كل منهما شركته الخاصة. بعد هذه الصفقة الموفقة، أطلق أيمن موقع كورسات.كوم، وهو موقع ديناميكي يعتمد على تزويد مراكز التدريب والمدربين للموقع ببياناتهم، ليقوم زوار الموقع باختيار الملائم منها ثم يتصلون –عبر الموقع –بمراكز التدريب هذه. على أن الرياح لم تأت بما اشتهاه أيمن، فلقد فشل الموقع بشكل غير متوقع. يرد أيمن هذا الإخفاق لكون الفكرة كانت سابقة جداً لوقتها، وأنه لو عاد وطبقها اليوم، أو بعد بضع سنين من الآن، لحققت النجاح الذي أراده لها، ولعل لهذا السبب لم يرفع أيمن الموقع من على إنترنت حتى اليوم.

تعلم أيمن من هذا الدرس، ولذا قرر عدم الاعتماد على مصدر دخل وحيد لشركته، فقرر التركيز على برمجة تطبيقات حسب رغبات الزبائن، من قواعد بيانات وحتى تصميم مواقع على شبكة إنترنت. أقر أيمن -عند سؤالي له عما إذا كان قد قام بأي دراسات سوق قبل إطلاقه لموقع اطلب- أنه لم يكن يهتم بمثل هذه الأمور، فالفكرة كانت متمكنة منه بشكل عميق جداً، فلم يكن أمامه سوى أن ينفذها.

اعتمد اطلب.كوم على تحصيل النقود عند التسليم، وهذا هو الكابوس الذي يتهدد المواقع العربية التي تعتمد على مثل هذه أفكار، مثل الطلبات المزيفة، والعناوين الناقصة، وغير ذلك. كان للموقع نصيبه من هذه المشاكل، لكن فريق العمل كان يبدع دائماً في طرق حل المشاكل، مثل الاتصال بالعميل لتأكيد الطلب، والاهتمام بعمل قائمة سوداء، وبمرور الوقت اكتسبوا خبرة مكنتهم من معرفة الطلبات المزيفة من الحقيقية بمجرد رؤيتها، إنها مثال المشاكل التقليدية التي ستواجه كل من يبدأ عمله الخاص.

من أكبر مشاكل مواقع التجارة الإلكترونية العربية طريقة تحصيل النقود من المشترين، وفي حالة السوق المصري نجده يخطو خطواته الأولى، فهناك قرابة ثلاثة بنوك مصرية أصبحت تقبل طلبات الشراء من خلال بطاقات الائتمان عبر إنترنت، رغم أن أيمن جد مقتنع بأن عدد حاملي مثل هذه البطاقات في مصر لا زال محدوداً جداً، لكن المستقبل يبدو واعداً، فحال السوق المصري والعربي إلى نمو ونضوج وزيادة.

يرى أيمن أن فشل مواقع عربية كبيرة مثل عربية.كوم (أرابيا) مرده عدم وجود رؤية واضحة لمثل هذه المواقع، فموقع عربية كان ضمن من يريدون شراء اطلب، لكن أصحاب الموقع كانوا ينفقون النقود يمنة ويسرة كما لو كان موقعاً عالمياً في حين أن مصادر دخله كانت محدودة للغاية، ما جعل رصاصة الرحمة تصيبه في النهاية، هو وغيره من المواقع العربية الأخرى التي ملئت الدنيا ضجيجاً.

يرفض أيمن فكرة توسعة شركته الحالية التي تضم قرابة 20 من شباب العاملين، عبر تحويلها لشركة مساهمة مطروحة في البورصة، كما لا يرى أي حاجة لضم شركاء مستثمرين معه، فهو يحب الخطى الهادئة المحسوبة.

# أفكار عملية لمشاريع تجارية

الآن، وبعد كل هذه القصص الناجحة، حتماً تملؤك الحماسة لأن تبدأ قصتك أنت، لكنك حائر – في أي طريق تسير؟ حتى لا أتركك عطشاناً في نهر الأمل، إليك بعض الأفكار التي يمكنك أن تبدأ بها عملك الخاص، وقصة نجاحك أنت.

## 1- المتاجرة في الأشياء المستعملة

سواء كنت تعرف أم لا، لكن هناك الكثيرون الذين يريدون التخلص من أشيائهم المستعملة، ولا يحتاج الأمر منك سوى البحث عن بعض المواقع التي توفر مثل هذه الخدمات، وإن لم تكن موجودة فأسس أنت موقع يخدم هذا الغرض، وابحث في المنتديات عمن لديه أشياء لا يريدها (إذا كان المنتدى ليس لديه مثل هذا القسم فاقترح على الإدارة إنشائه)، وابدأ البحث عمن هو في حاجة لها.

احرص في البداية على بناء سمعة طيبة لك، ولا تتعجل الربح، وابحث عن مصادر تحصل منها على المستعمل، ومصادر تصرف فيها هذا المستعمل، مع تأمين نسبة ربح هامشية لك. بعض المواقع التي تعينك على ذلك موقع سوق souq.com وموقع إعلان ومستعمل وغيرها، وكذلك المنتديات، وبعض أهم الأشياء المستعملة المتداولة هي الهواتف النقالة ومستلزماتها.

## 2- التدريب على استعمال برامج الكمبيوتر

هل ترى نفسك خبيراً في ويندوز، أم أن محاولاتك لتثبيت لينكس قد عادت عليك بالخبرة التي يمكنك الآن أن تستغلها في تعليم الآخرين؟ لا تظن الأمر صعباً، فأنا مثلاً اضطررت لتدريب جماعة من خمسة أشخاص أسبان في القنصلية الأسبانية على استعمال برنامج لوتس 123 الشهير باللغة الأسبانية، وكنت أظن الأمر كارثياً في البداية، لكن الأمر استلزم كتاباً يشرح هذا البرنامج، وبعض التجارب وبعض الثقة في النفس.

الكابوس الذي يشغل بال جميع من يقومون بالتدريب هو ماذا لو سألهم المتدربون سؤالاً لا يعرفون إجابته، ودعني أؤكد لك أن الأمر يتكرر ملايين المرات كل يوم حول العالم، وهل تظن فعلاً أن جميع أعضاء التدريس يعرفون كل الإجابات؟ الحل السحري هو أن تجيب أننا لم نصل بعد لهذه النقطة، وأنك ستجيب عن السؤال في حينه، أو أنك لا تريد الحياد عن منهج التدريب.

احرص على معرفة الإجابة لهذا السؤال، ومع مرور الوقت ستجد هذه الأسئلة المحرجة تتكرر، وأنك قد أصبحت محترفاً دون أن تدري وبت تعرف الإجابة لكثير من الأسئلة، فقط احرص على الحفاظ على ثقتك بنفسك، وتعرف على سبل جذب انتباه من تحاضرهم، واصبر وتحمل وستكون العواقب جميلة. لا تنس أن رسول الله صلى الله عليه وسلم حين كان يُسأل عن أشياء لا يعلمها كان لا يتحرج من القول بأنه سينتظر نزول الوحي بالإجابة. تذكر دائماً - قول "لا أعرف" ليس عيباً.

### 3- الكتابة والترجمة

هل لديك خبرة كافية في أي مجال لملء صفحات كتاب متوسط الحجم؟ هل أسلوبك في الكتابة مقبول ولا يشعر قارئك بالتثاؤب وهجوم النوم عليه نتيجة قراءته لما تكتب؟ إذاً أنت مشروع كاتب لامع ينتظر الفرصة ليبزغ نجمه.

كان أجدادنا المسلمون العرب يكتبون المئات من الكتب، وحركة النهضة الإسلامية بدأت من ترجمة أمهات الكتب إلى العربية. إذا كنت ضعيف الأسلوب فلديك الكثيرون من خريجي كليات اللغة العربية والذين سيسعدون لتدقيق كتاباتك في مقابل مالي زهيد، ثم تستطيع بعدها البحث عن أرخص السبل للطباعة –بعد حصولك على التراخيص اللازمة- وتقوم بالطباعة ثم تتولى بنفسك توزيع كتابك في الأسواق.

الكثيرون سلكوا هذا السبيل، مثل مؤلفة قصة هاري بوتر التي كانت لتوها نالت الطلاق وتعمل لتعول ابنها، وهي كتبت قصة هاري بوتر الأولى وهي تركب مترو الأنفاق وأثناء استراحات الغداء، ولم يتوفر لها الورق دائماً للكتابة، فكانت تكتب على ورق المحارم والمناشف، ثم لما انتهت رفضتها قائمة طويلة من دور النشر، حتى رضت بها دور نشر متواضعة في النهاية.

إذا لم تكن مُبدعاً يمكنك دائماً ترجمة أمهات الكتب الأجنبية إلى العربية، أو الاتفاق مع المؤلفين لترجمة كتبهم إلى العربية. يمكنك كذلك نشر كتبك الكترونياً على شبكة انترنت. هل تجد صعوبة في القيام بكل هذا؟ زر موقع لولو Lulu.com الذي يوفر لك كل شيء وما عليك سوى تحميل كتابك بصيغة PDF وبدء الدعاية لكتابك في المنتديات وبين الأصدقاء.

### 4- بيع المشروبات الخفيفة والساخنة

لا أعرف عن سبيل تنظيم مثل هذه النشاطات في بلدك، لكن ما أعرفه هو أن نسبة ربح بيع كوب شاي أو قهوة واحد تتراوح ما بين 50% إلى 60%، وعليه كل ما تحتاجه هو تجهيز ماكينة صنع القهوة وسخان مياه لصنع الشاي (ولربما ثلاجة صغيرة لبيع المرطبات) وتستعين بصديق لقضاء يوم في بيع المشروبات في مباراة كرة قدم أو تجمع شبابي في جامعة أو مناسبة أو معرض كتاب. يحتاج الأمر لموافقة الجهات المختصة وهذا أمر ممكن الحدوث. هذا المجال غني باحتمالات النمو الإيجابية ويمكنك منه الدخول لمجالات أكبر وأوسع.

### 5- تصميم نماذج الفانلات

هل لديك مهارة التصميم الفني؟ هل تعرف أحداً يملك هذه الموهبة؟ كل ما عليك هو العثور على مورد فانلات قطنية ذات جودة طيبة، وتضع تصميمات لا مثيل لها وتطبعها على هذه الفانلات، ثم تبيعها. لنأخذ مثلاً مباراة بين قطبي الدوري العربي، وتضع صورة الهداف العربي المغوار، أو لربما صورة المغني الحالم أو المغنية الطروب، مع الأخذ في الاعتبار مسائل الملكية الفكرية.

هل تجد صعوبة في العثور على من يمدك بكل هذه الأشياء؟ زر موقع لولو Lulu.com حيث يوفر لك كل شيء وما عليك سوى تحميل رسوماتك الفنية ليطبعها الموقع على الفانلات وعلى نتائج الحائط وعلى فناجين القهوة والشاي، ثم تنشئ متجرك الإلكتروني وتبيع عبر شبكة إنترنت للأصدقاء. لا تنس أن مشجعي الأبيض والأحمر والأخضر موزعين حول العالم، ولذا فقائمة عملائك لا تنحصر في بلدك وحسب.

### 6- المدرب الشخصي

هل عضلاتك مفتولة؟ هل جسمك متناسق يعرف كيف يحارب ترهلات الدهون؟ يعاني نسبة كبيرة من الشعب العربي من تزايد نسبة الدهون في أجسامهم، ما جعل صناعة إزالة الدهون رائجة للغاية، سواء كان ذلك عن طريق التدريبات الرياضية أو عن طريق العمليات الجراحية. كل ما تحتاجه هو معرفة القواعد الطبية والصحية لتسخين العضلات وأداء التدريبات الرياضية، وبعدها يمكنك أن تذهب إلى أماكن العملاء لكي تتدربا معاً في أماكن عملهم، فإذا كان العميل ليس لديه الوقت ليذهب إلى صالة التدريبات، فليذهب المدرب بنفسه إليه.

### 7 - مدرب اليوجا وتاي تشي

مع تزايد الضغط العصبي اليومي الذي يواجهه الملايين من الطبقة العاملة الكادحة ذوي الياقات البيضاء والزرقاء على حد سواء، زاد معه الطلب على المدربين النفسيين على فن الاسترخاء وفن مواجهة الضغوط العصبية اليومية، ومنها إلى ممارسة رياضة اليوجا والتاي تشي.

إذا كنت تملك أعصاباً من حديد لا تلين، وتحب القراءة في علوم الطب النفسي وفنون الاسترخاء وتنشيط القوى الداخلية، فأنت مرشح بشدة لتكون مدرب نفسي على الاسترخاء. ربما ستنظر بعين الاستهزاء والسخرية لهذه الفقرة، لكن نظرة واحدة على أرقام إحصائيات بيع الأدوية المهدئة وأدوية معالجة الاكتئاب النفسي، وأرقام مرضى الانهيار العصبي في عالمنا العربي، وستعرف بعدها أنك تقف أمام كنز صغير.

﴿نهاية الكتاب﴾